FACULTAD DE COMUNICACIÓN "MONICA HERRERA"

TÍTULO DEL PROYECTO FINAL

Memoria del proceso de la estrategia de comunicación para la sostenibilidad del intercolegial "Yo Soy la Huella"

Para optar al grado de:

Licenciado en Periodismo

Presentado por:

Carlos Luis Morales Benítez

Equipo de Asesores:

Carolina Portaluppi, Justin Scoggin, y Viviana Elizalde

Guayaquil, Ecuador

RESUMEN

Esta Memoria del proceso de la estrategia de comunicación para la sostenibilidad del intercolegial “Yo Soy la Huella” que se realiza como parte del Centro de Interpretación Virtual del Bosque Seco Protector Cerro Paraíso de la Universidad Casa Grande de Guayaquil, busca orientar sobre lo que implica una acción de comunicación de tanta envergadura como el Concurso Intercolegial propuesto, define las necesidades para la realización de una campaña comunicacional ambiental y cómo responder a todas ellas.. Básicamente se eligió hacer este documento porque no existe mayor referencia en el medio local de una campaña de esta naturaleza. Fue complejo armar e implementar esta estrategia, por lo que resulta importante que en el futuro otros interesados cuenten con una guía para facilitar sus tareas y contribuir así a su éxito. Se trata de un manual de procedimientos detallando los hechos y acontecimientos ocurridos durante el desarrollo de la estrategia que permitirá a futuros actores la sostenibilidad del intercolegial “Yo Soy la Huella”.

ABSTRACT

This process memory communication strategy for the sustainability of intercollegiate “Yo Soy la Huella”. held as part of the Center for Virtual Performance “Bosque Cerro Paraíso” of the “Casa Grande de Guayaquil” University, seeks to guide about what it means communication action such magnitude as the Intercollegiate Competition proposed, defines the requirements for conducting an environmental communication campaign and how to respond to them all.

Basically we chose to make this document because there is no further reference in the local environment of a campaign of this nature. It was complex build and implement this strategy, so it is important that in the future other stakeholders with a guide to facilitate their tasks and contribute to its success. This is a procedures manual detailing the facts and events during the development of the strategy for future sustainability actors intercollegiate "Yo Soy la Huella".

Palabras clave o Keywords: Bosque Seco Cerro Paraíso, Campaña Comunicación Ambiental, Centro de Interpretación Virtual, Intercolegial Yo Soy la Huella, Concurso ambiental

Contenido

1 LA DENOMINACIÓN: 7

2 LA DESCRIPCIÓN 7

3 LA FUNDAMENTACIÓN: 11

4 LOS OBJETIVOS: 12

4.1 Objetivo general: 12

4.2 Objetivos específicos: 13

5 LOS DESTINATARIOS: 13

6 ACTIVIDADES 14

6.1 Planificación 14

6.2 Pre-intercolegial y concurso en redes, del 23 de agosto al 22 septiembre. 23

7 Evento final 26

8 Pos concurso 30

9 LOS RECURSOS HUMANOS 30

10 LOS RECURSOS MATERIALES 31

10.1 Concurso a través de redes sociales 31

10.2 Concurso a través de la prueba de campo 32

10.3 Producción de la Estrategia y del Concurso Intercolegial Yo soy la huella 33

11 EL PLAN DE FINANCIACIÓN 34

12 Bibliografía 35

13 ANEXOS 39

Índice de Tablas

Tabla 1 Presupuesto General Final 22

Tabla 2 Lista de insumos para evento 32

Tabla 3 Clasificación por origen de financiamiento 34

Índice de Imágenes

Imagen 1 Logotipo 16

Imagen 2 Logo (Gye Onda Eco) 18

Imagen 3 Imagen previa al cierre 25

Imagen 4 Resultados Finales 27

Imagen 5 Competencia día del evento 29

Imagen 6 Premiación a colegios después del evento 29

Índice de Anexos

Anexo 1 Primera Lista de Insumos Elaborada 39

Anexo 2 Presupuesto al Mes de Agosto 42

Anexo 3 Presupuesto Final de la Estrategia Comunicacional. 47

Anexo 4 Matriz 1 51

Anexo 5 Matriz 2 62

Anexo 6 Bases del Concurso en Redes..... 90

Anexo 7 Reglamento Evento de Campo..... 91

1 LA DENOMINACIÓN:

Este proyecto se denomina: “Memoria del proceso de la estrategia de comunicación para la sostenibilidad del intercolegial “Yo Soy la Huella” y se realiza como parte del Centro de Interpretación Virtual del Bosque Seco Protector Cerro Paraíso de la Universidad Casa Grande de Guayaquil.

2 LA DESCRIPCIÓN

El Bosque Protector El Paraíso constituye un remanente de bosque seco tropical (Cañadas 1983) dentro de la ciudad de Guayaquil localizado en la Parroquia Tarqui. La influencia de los vientos del Golfo de Guayaquil a través del Estero Salado, el mismo que da la vuelta a la altura de la calle Portete y Urdesa, sobre el lado noreste, oeste y sur del bosque protector permite asociaciones vegetales, actualmente en diferentes estados de intervención (Hilgert, 2015)

El área de influencia del bosque se caracteriza por asentamientos humanos consolidados y también otros de carácter más precario, también empresas diversas por sus actividades económicas y tamaño, instituciones educativas, centros comerciales y espacios deportivos, entre otros. Todas estas actividades humanas presionan de manera importante sobre el ecosistema y en algunos casos ponen en riesgo la conservación del bosque.

La Universidad Casa Grande de Guayaquil es una institución situada en el área de influencia del bosque Cerro Paraíso, de la web institucional se recoge *“(UCG) se creó en*

Guayaquil, en 1999, con el patrocinio de la Fundación Innovación y Desarrollo, mediante la Ley 99-30, publicada en el Registro Oficial No. 212 del 15 de junio de ese año. La UCG tiene sus orígenes en la Escuela de Comunicación Mónica Herrera, la cual inició sus actividades en Guayaquil en mayo de 1992 como una extensión de la Escuela de Comunicación "Mónica Herrera" de Chile. A esta Escuela, hoy Facultad que conserva el mismo nombre, se sumaron, en 1999, la Facultad de Ecología Humana, Educación y Desarrollo y la Facultad de Administración y Ciencias Políticas." (Universidad Casa Grande, 2016)

Desde 2011, como parte de su planeación estratégica 2011-2016, la UCG viene desarrollando un programa de responsabilidad social para la protección y conservación del Bosque Seco Protector de Cerro Paraíso, en 2013, en colaboración con Cerros Vivos, Árboles sin fronteras y The Nature Conservancy, organizó el Foro de los Bosques Secos de Guayaquil y en 2015, se creó el Centro de Interpretación Virtual Cerro Paraíso el mismo que es un espacio destinado para interpretar información técnica sobre un lugar, de tal forma que sea atrayente, concisa y comprendida fácilmente por todo el público (García 2012).

En 2016, la Universidad Casa Grande impulsa cinco grandes proyectos de aplicación profesional, articulando a veinticuatro estudiantes en proceso de titulación de distintas carreras. Los proyectos han estado orientados a robustecer el sitio web del CIV, generar contenidos relevantes sobre el ecosistema, las actividades de conservación e interpretación que se realizan, el fortalecimiento de capacidades en personas y organizaciones para la defensa del bosque, el posicionamiento del Cerro Paraíso a través de productos como el tour virtual 360, el Festival de Música Las Voces del Cerro y un Concurso Intercolegial Ecológico denominado Yo soy la

huella. Este último proyecto es el que motiva esta “Memoria del proceso de la estrategia de comunicación para la sostenibilidad del intercolegial “Yo Soy la Huella”

> El proyecto consistió en una campaña de comunicación que cree conciencia sobre la importancia de proteger el Bosque Cerro Paraíso y sobre el impacto de la huella de carbono. Para esto se escogió desarrollar un intercolegial llamado **Yo Soy La Huella,** mediante el cual se pretendió llamar la atención del grupo objetivo, proponiendo una actividad entretenida en su forma, pero informativa y educativa en su fondo (Aguirre, Arellano, Iulita, Luque, Morales, Navarro, West, 2016).

La campaña comunicacional “Yo Soy la Huella” se propone para concienciar a la población guayaquileña sobre la importancia de conocer el impacto que generamos con la huella de carbono producida por cada uno de los habitantes de esta ciudad. Dicha estrategia de comunicación consistió en una campaña en Redes Sociales durante un mes, terminando en la producción de un evento deportivo educacional en donde los participantes, chicos de 12 a 17 años representantes de colegios de la zona de influencia, competieron en equipos de cuatro. Durante el Concurso se concienció a los jóvenes sobre los efectos y consecuencias de una huella negativa y de cómo reducir el impacto de ésta para beneficiar en primera instancia al Bosque Seco Cerro Paraíso y por ende a la población guayaquileña en general, pues como lo señala Miguel Matute (2016) representante de Cerros Vivos en el Documental “Los Guardianes

del Cerro" [1] *"el que no conoce algo no lo puede querer, y el que no quiere algo no lo va a cuidar y eso es lo que le falta al guayaquileño"*

El trabajo que se presenta busca sistematiza la experiencia del proceso de la estrategia de comunicación para la sostenibilidad del intercolegial "Yo Soy la Huella" y dejar una memoria que plasme la parte práctica, es decir los hechos, qué se hizo qué se logró; documentar la experiencia, es decir cómo se hicieron las tareas (cómo se logró) y el proyecto como tal, es decir, reflexionar sobre los aspectos que contribuyeron y aquellos que limitaron el desarrollo. La memoria debe incluir también los errores cometidos, sus consecuencias y el modo en que fueron abordados con el fin de que la audiencia de este trabajo tenga en esta memoria una guía que reduzca su curva de aprendizaje en contextos similares, pues como señala (Atehortua, 2007) se trata de "*un proceso orientado a describir, develar e interpretar las prácticas y las experiencias con el fin de lograr aprendizajes significativos, nuevos rumbos, pistas y caminos para la acción."*

Esta Memoria busca orientar sobre lo que implica una acción de comunicación de tanta envergadura como el Concurso Intercolegial Yo soy la huella, las necesidades para la realización de una campaña comunicacional ambiental y cómo responder a todas ellas de una manera eficaz y efectiva para que se cumplan adecuadamente los objetivos de comunicación y se contribuya a resolver el problema que la da origen.

[1] El corto documental Los Guardianes del Cerro es un proyecto de aplicación profesional de la Universidad Casa Grande, realizados por Diego Arcos, Verónica Guevara y Vanessa Pazmiño.

Se pretende por lo tanto contribuir al desarrollo de futuras campañas comunicacionales de gran magnitud como esta y, porque no, pensar en que esta misma iniciativa se pueda repetir los siguientes años quedando institucionalizada entre los guayaquileños, desde esta mirada, esta Memoria constituye un esfuerzo clave para la producción en próximos años de del Concurso Intercolegial "Yo Soy la Huella" en la ciudad.

3 LA FUNDAMENTACIÓN:

En este punto se responderá a la interrogante por qué hacer una Memoria del proceso de la estrategia de comunicación para la sostenibilidad del intercolegial "Yo Soy la Huella" y la pregunta no es difícil de responder, pues se trata de una acción de comunicación de gran magnitud e innovadora, y como evidenció la investigación realizada no existe mayor referencia en el medio local de una campaña de esta naturaleza por lo que fue complejo armar e implementar la estrategia, por lo que resulta importante que en el futuro otros interesados en desarrollar proyectos similares cuenten con una guía para facilitar sus tareas y contribuir así a su éxito.

Es imprescindible que se considere que esta estrategia comunicacional tiene una proyección de crecimiento mucho mayor que se vio reflejado en un intercolegial ecológico, que involucró en primera instancia a cuatro de los colegios situados en el área de influencia del Bosque Cerro Paraíso, pero en futuras ediciones puede contemplar la participación de más instituciones, lo que incrementaría los destinatarios directos del proyecto, por esto mismo es

necesario que esta experiencia quede registrada de manera sistemática para asegurar la continuidad de la estrategia, y para dejar claro los aciertos y los errores que pudieran haber y aquellos factores que contribuyeron o limitaron los objetivos de comunicación , así como el modo en que esta iniciativa se articuló con los objetivos del Centro de Interpretación Virtual Cerro Paraíso.

La Memoria del proceso de la estrategia de comunicación para la sostenibilidad del intercolegial "Yo Soy la Huella" es clave porque posibilita que otros conozcan sobre todos los aspectos relacionados con tan importante acción de comunicación , cómo se organiza, planifica, se elaboran los presupuestos, se gestionan los recursos necesarios y se disponen para poner en marcha la iniciativa, por lo tanto aportara eficiencia y eficacia en los proceso futuros de las personas que pudieran ejecutar tareas de producción ejecutiva de campaña comunicacionales de esta índole.

4 LOS OBJETIVOS:

4.1 Objetivo general:

Sistematizar el proceso de la estrategia de comunicación para la sostenibilidad del intercolegial "Yo Soy la Huella" desarrollado en Guayaquil, para que sirva como referencia de eventos similares en el futuro.

4.2 Objetivos específicos:

a) Reconstruir la experiencia de la estrategia de comunicación para la sostenibilidad del intercolegial "Yo Soy la Huella"
b) Documentar la experiencia de la estrategia de comunicación para la sostenibilidad del intercolegial "Yo Soy la Huella"
c) Reflexionar sobre esta experiencia para identificar los elementos que contribuyeron al cumplimiento de los objetivos del proyecto y los factores que limitaron el desarrollo del mismo.

5 LOS DESTINATARIOS:

Se define tres grupos objetivos claves a los cuales se orientará el presente documento:

1. Futuros egresados que se encuentren en proceso de titulación que busquen desarrollar iniciativas similares o incluso darle continuidad a la propia campaña "Yo Soy la Huella".
2. Municipio de Guayaquil, Prefectura del Guayas y Universidad Casa Grande a través de sus directivos o productores que deseen desarrollar proyectos comunicacionales similares.
3. Fundación Cerros Vivos, Centro de Interpretación Virtual de la UCG, ambientalistas y demás organizaciones no gubernamentales interesados en proteger el Bosque Seco Cerro Paraíso mediante programas comunicacionales similares.

6 ACTIVIDADES

El desarrollo de la estrategia de comunicación se dividió en 3 etapas, la primera de planificación la segunda de Implementación de Concursos, y la etapa final de pos-concurso y evaluación de la campaña.

6.1 Planificación

El punto de partida de la planificación fue una investigación realizada por el equipo del proyecto, la misma que tenía como objetivo general el siguiente

Comentado [H1]: Act 1

> Identificar cuáles son las acciones más perjudiciales que genera la comunidad asentada en Bosque Seco Protector Cerro Paraíso que contribuye a incrementar el impacto de la huella de carbono en este sector, para poder realizar una campaña de comunicación enfocada en crear conciencia sobre la importancia de proteger el Bosque Cerro Paraíso y las consecuencias del impacto de la huella de carbono. (Aguirre, Arellano, Iulita, Luque, Morales, Navarro, West, 2016).

A partir de los resultados de dicha investigación, también de modo colaborativo, se acordó la siguiente estrategia de comunicación[2] :

Problema de Comunicación: Desconocimiento sobre el impacto negativo de la huella de carbono y la importancia de proteger a los bosques como una de las principales acciones para su reducción.

[2] Aguirre, Arellano, Iulita, Luque, Morales, Navarro, West, 2016. Documento Grupal.

Objetivo general de comunicación: Informar sobre la importancia de proteger a los bosques y de manera particular al BSPCP como una acción clave para reducir la huella de carbono en la ciudad.

Objetivos Específicos:

-Informar sobre los impactos negativos de la huella de carbono

-Informar qué puedo hacer yo para reducir la huella de carbono

- Informar sobre la relación que existe entre la protección de los bosques y la reducción de la huella de carbono.

- Promover compromisos para la conservación del BPCP.

Agentes de cambio: Directivos y estudiantes de instituciones educativas del área de influencia del Bosque.

Grupo Objetivo (destinatarios de la Campaña)

Primario: Estudiantes de las unidades educativas del área de influencia del BSPCP

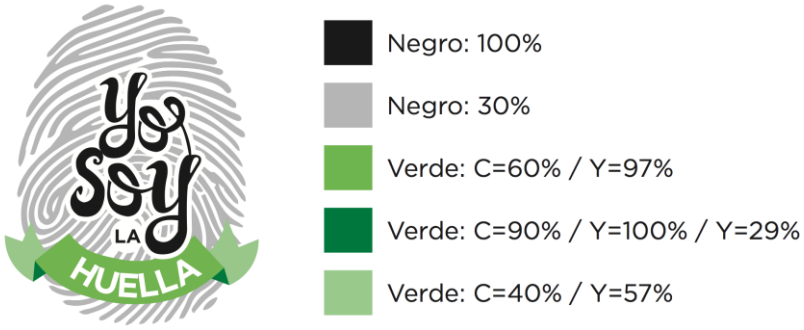
Secundario: La ciudadanía en general

Concepto de comunicación: Concienciar a los jóvenes que así como todos somos parte del problema (huella de carbono), todos debemos ser parte de la solución.

Concepto Creativo: Yo soy la huella

Explicación: Empoderar a las personas a tomar acciones, como la protección de los bosques, para reducir la huella de carbono, dejando una huella positiva a la ciudad y a la sociedad.

Imagen 1 Logotipo



Acción principal de la Campaña: Concurso Intercolegial Ecológico Yo soy la huella

Otras acciones de la Campaña (en apoyo al Concurso Intercolegial Yo Soy la Huella):

- Comunicación a través de medios tradicionales
- Comunicación a través de redes sociales

Como se evidencia, el gran acuerdo de este momento fue que lo más apropiado para impactar al público objetivo era una estrategia comunicacional, cuya acción principal constituía un Concurso Intercolegial con dos momentos : uno a través de redes sociales con una duración de treinta días (23 agosto-23 de septiembre) y el otro a través de una jornada de campo con una duración de un día (24 de septiembre), en ambos casos el énfasis era la importancia de conservar los bosques y de manera particular Cerro Paraíso como medio para reducir la huella de carbono en la ciudad,

como una acción de comunicación vinculada al Centro de Interpretación Virtual de la Universidad Casa Grande de Guayaquil.

Comentado [H2]: Act 2

Una vez concebida la idea del Intercolegial ecológico, comenzamos a diseñar los dos componentes, es decir el concurso en redes y el evento de campo, para lo cual cada componente contaba con su propio coordinador y responsable dentro del equipo, coordinador de campo y montaje y coordinador de campaña en medios no tradicionales. En cuanto al diseño dela campaña en medios no tradicionales se realizó desde la red social Instagram.

Cada colegio desde su cuenta institucional (sino la tuviera debió creerla para participar) tendría que interactuar incentivando a todo el alumnado a usar sus cuentas personales. Y se resumen en los siguientes cuatro reglas:

1. Se utilizará el Hashtag (etiqueta) más el nombre del colegio. El colegio que más haya utilizado este HT será el ganador. Ej.: #YoSoylaHuellaBoston.
2. Deberán descargar y utilizar la aplicación (Guayaquil OndaEcoC) para celular, Android y Iphone (Google play y App store). Esta aplicación mide la huella de carbono en cada persona, y luego de utilizarla deberán tomar una captura y subirla como **PRIMERA PUBLICACION** con el Hashtag #YoSoyLaHuella más el nombre del colegio.
3. Deberán seguir la cuenta @YoSoyLaHuella en Instagram y darle Repost a la foto de su colegio, la misma que deberá tener la mayor cantidad de likes.
4. El concurso tendrá una duración de 1 mes, empieza el 24 de Agosto y finaliza el 22 de Septiembre. Se conocerá al colegio ganador el mismo día del evento al finalizar.

Imagen 2 Logo (Gye Onda Eco)

El Anexo 6 detalla un poco más el reglamento de este concurso, importante considerar que la finalización del concurso estuvo ligada al día del evento pues se contempló dejar dos días para el proceso de conteo de HT de cada colegio y de revisar si cada aporte era válido o no. Este tiempo planificado fue vital porque hubo bastante material que evaluar.

Comentado [H3]: Act 3

Antes de realizar el diseño definitivo del componente de campo, es decir las actividades de la competencia en el día del evento, tuvimos que identificar las necesidades del concurso, para ello se realizó una visita en la base militar San Eduardo en donde se determinó con la producción de logística del evento, los insumos necesarios para la realización del evento el 24 de septiembre de 2016, además se visualizaron los lugares que ocuparía el sonido, las carpas, la tarima, y cada uno de las actividades que se

desarrollaron. Luego se realizó una reunión con el coordinador del Concurso en redes en donde se determinó otro listado de necesidades de esta parte del proyecto.

Comentado [H4]: Act 4

Una vez conocido el espacio con el que contábamos en el lugar del evento, procedimos a diseñar las actividades de ese componente, y se determinó que eran necesario realizar un total de cinco actividades, que contenían combinaciones de actividades físicas mentales y una final netamente ecológica, que se trataba de plantar un árbol y leer un manifiesto de su compromiso para cuidar el Cerro Paraíso. Se determinó empezar 2 días después de finalizado el concurso en redes para contar con los resultados y poder realizar la premiación del ganador de medios no tradicionales. Para dar a conocer los detalles de las pruebas que realizaron los competidores representantes de cada colegio, hicimos un documento donde se describe las reglas de esta competencia. (Ver anexo 7)

Comentado [H5]: Act 5

Ya con el panorama más claro procedimos a realizar visitas a los colegios participantes para explicar cómo se desarrollaría cada concurso, se conversaron con los directivos y con los padres, el haber focalizado esta primera edición en solo 4 colegios fue una decisión acertada pues al ser pioneros en un evento de estas características nos permitió ser más precisos en el grupo objetivo, y por lo tanto más eficaces y eficientes en cuanto al destinatario del mensaje de la estrategia comunicacional. Estas visitas fueron realizadas por el personal de contenidos y montaje, de campo y de producción ejecutiva.

Comentado [H6]: Act 6

Luego se unificaron las dos listas de necesidades (redes y de campo) en una sola lista de insumos para la estrategia completa. Una vez determinado todo lo que hacía falta

los insumos se clasificaron de acuerdo a su naturaleza y de acuerdo al cronograma de cada uno de los componentes del Concurso, con el objetivo de realizar un flujo semana a semana de los productos y servicios necesarios de adquirir y así planificar la obtención de los recursos que permitieran solventar todos los gastos.

La primera lista de insumos elaborada con corte en el mes de agosto, se encuentra en el Anexo 1

Comentado [H7]: Act 7

El siguiente paso fue armar un presupuesto, para ello se realizaron cotizaciones a distintos proveedores y poco a poco se fue construyendo el presupuesto requerido. Este paso es muy importante porque punto de esto depende el aterrizaje de la idea. El Anexo 2 refleja el primer presupuesto elaborado. Como se verá más adelante este presupuesto fue siendo ajustado de acuerdo a los recursos obtenidos para el proyecto.

Comentado [H8]: Act 8

Para iniciar a describir esta etapa de búsqueda de auspiciantes tuvimos que buscar fuentes de financiamiento y patrocinio una vez que teníamos el primer presupuesto presentado.

Tomando en cuenta que la estrategia y su acción principal el Concurso Intercolegial Ecológico Yo soy la Huella, conectaba con la iniciativa de la M. I. Municipalidad de Guayaquil de reducir la huella de carbono en la ciudad, se presentó la propuesta al Alcalde, quien se interesó por la iniciativa y comprometió el apoyo del GAD Municipal al Concurso, incluyendo un aporte económico, el mismo que cubrían los costos del primer presupuesto elaborado, el mismo que incluía la contratación del servicio de grabación móvil para tv, e incluso la adquisición de otras necesidades como unas tiendas de campaña grandes requeridas por la Base Naval San Eduardo para la prueba de campo.

Adicionalmente a la gestión de recursos con el GAD Municipal se realizaron gestiones con otras instituciones públicas y privadas como la Prefectura del Guayas, All Natural, Natures Garden (Carvagu S.A.) y Policía del Ecuador, estas gestiones resultaron clave para lograr los objetivos planteados para la realización de la campaña , pues desafortunadamente, a pesar de existir la voluntad política del Alcalde y del Director Municipal de Ambiente para auspiciar esta campaña, pues encaja muy bien dentro de los objetivos de la campaña liderada por la CAF (Corporación Andina de Fomento) y conocida con el nombre de "Huella de Ciudades", este ofrecimiento no se pudo completar debido a un nuevo y reciente decreto motivado por recomendaciones de la Contraloría General del Estado que prohibía auspiciar eventos que no sean solicitados con por lo menos 90 días de anticipación a la fecha de su realización.

A pesar de la imposibilidad legal de contar con el auspicio económico del GAD Municipal, el aval del Municipio de Guayaquil se mantuvo, pues el Director Municipal de Ambiente, Ing. Bolívar Coloma, solicitó se mantenga la participación de la Dirección de Ambiente en cuanto a contenidos. Es decir se contaba con el aval del municipio más no con el auspicio económico. Frente a esta nueva realidad se realizaron ajustes al presupuesto, estableciendo como prioridades aquellos aspectos mínimos para garantizar los objetivos del proyecto tanto a través de redes como la jornada de campo. Así por ejemplo, al principio se pensaba en contratar un servicio de grabación móvil para transmisión en TV, con el fin de crear un producto televisivo, pero luego de acuerdo al presupuesto presentado se determinó que solo se iban a contratar a dos camarógrafos para que graben la competencia y el audio, decidiendo que la edición final del producto televisivo la realizaría uno de los miembros del equipo cuya

responsabilidad inicial era la generación de contenidos audiovisuales para el Concurso a través de redes sociales.

Comentado [H9]: Act 9

En virtud del cambio drástico de los ingresos para el financiamiento del proyecto, el presupuesto debió reestructurarse, reduciéndose en un 26,18%, y apoyarse más en los otros auspicios conseguidos por las cartas enviadas a otras instituciones. El Plan B se puso en marcha y en el marco de un convenio entre la Prefectura del Guayas y la Base Naval San Eduardo y con el apoyo de auspiciantes privados se logró mantener el flujo que las actividades del Concurso demandaban.

A continuación el segundo borrador del presupuesto en donde se definió finalmente lo más necesario para la realización del evento.

Tabla 1 Presupuesto General Final

PRESUPUESTO GENERAL				
I INTERCOLEGIAL ECOLÓGICO YO SOY HUELLA				
9 DE SEPTIEMBRE DE 2016				
CATEGORÍA: PRODUCCION DE EVENTO BASE NAVAL				
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR FINAL	FECHA DE COMPRA
TOTAL PRODUCCION EVENTO				$8.293,00
CATEGORÍA: REDES SOCIALES Y DISEÑO GRÁFICO				
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR FINAL	FECHA DE COMPRA
TOTAL REDES SOCIALES Y DISEÑO GRÁFICO				1100,00
CATEGORÍA: OTROS RUBROS				
TOTAL OTROS				15500,00
TOTAL FINAL				$24.893,00

Elaboración: Productor ejecutivo.

A través de la Policía Nacional se consiguieron 2 buses para la movilización de los chicos el día del evento. La empresa de bebidas All Natural donó 500 aguas necesarias para la hidratación de los participantes, asistentes y personal logístico del evento, La Dirección de Cultura Provincial de la Prefectura del Guayas dispuso un bus el 20 de septiembre para movilizar a los participantes hasta la Base Naval San Eduardo para que conozcan y comprendan las pruebas que se iban a desarrollar el día de la competencia. Los buses que hacían falta para el día 24 de septiembre se consiguieron enviando un oficio posterior a la Dirección de Deportes y Recreación al evento la cual remitió un nuevo comunicado a la Dirección Administrativa del Prefectura del Guayas quien finalmente los facilitó.

6.2 Pre-intercolegial y concurso en redes, del 23 de agosto al 22 septiembre.

La primera actividad fue realizar una rueda de prensa para dar a conocer el inicio de la campaña en redes e impactar de manera mediática en la población guayaquileña, comunicando los objetivos de esta estrategia, los fines del Centro de Interpretación Virtual y de cómo diseñamos esta estrategia. Se llevó a cabo en el auditorio de la Universidad Casa Grande el día 23 de agosto, para esta rueda de prensa la convocatoria se realizó netamente vía mail, para lo cual fue necesario conseguir una lista de medios convocados, al estar integrado el grupo de trabajo de la estrategia por comunicadores de vasta experiencia fue fácil contar entre nuestros contactos con esas direcciones de correo, pero en el caso de que se replique por personas que no han tenido trayectoria en el medio se recomienda acudir a las páginas web de cada medio de comunicación en donde encontraran los datos para contactarlos. Se recomienda hacer un seguimiento por teléfono en el caso de no haber respuesta vía mail. Como resultados de esta actividad destaca un espacio a manera de reportaje por parte de Canal 1 Tv y de TC Mi canal, además de varias radios de la ciudad. Para esta rueda de prensa fue necesario contar con dos

personas extras una para fotos y otra persona de ayudo a la recepción de los invitados y a publicar en redes una vez que comenzó el evento.

Se realizó una segunda visita a los colegios por parte de la producción de campo, contenidos y montaje, para indicar y explicar al alumnado y directivos detalle del reglamento de cada concurso, también sirvió para incentivar al alumnado a participar en el concurso en redes. En general se cumplió el objetivo planteado de dejar claro los reglamentos, excepto en un pequeño grupo de alumnos que postearon imágenes no relacionadas con iniciativas ecológicas. Esta actividad fue realizada por el personal de producción de campo, y el de contenidos y montaje, ayudo mucho el fácil acceso permitido por parte de los directivos de cada plantel.

Continuando con la gestión de recursos para cubrir el presupuesto se concretó una cobertura de auspicios por el total del presupuesto final de $24.893,00 (veinte y cuatro mil ochocientos noventa y tres con 00/100). Todo esta gestión de recursos fue ejecutada por el productor ejecutivo entre el 5 de agosto al 15 de septiembre.

En este punto fue necesario realizar una nueva reunión de grupo para afinar detalles, y hacer ajustes a las responsabilidades individuales de cada integrante del grupo, sobre todo se hicieron aclaraciones del rol de cada integrante el día del evento, y el coordinador de medios no tradicionales indico el avance de la campaña en redes.

Se decidió necesario por parte la coordinación de campo realizar una visita al lugar del evento para que se ajusten los detalles ya en campo de los roles de cada integrante del grupo

además de convocar al responsable del sonido y video para que ajusten con exactitud los aspectos técnicos faltantes que ellos consideraron, y sobre todo para corroborar que ellos tengan claro las necesidades del evento.

Imagen 3 Imagen previa al cierre

La semana del 12 al 17 de septiembre, es decir toda la semana anterior al evento se destinó para la adquisición de insumos e implementos previstos para el evento en campo, la realización a tiempo de estas actividades de adquisiciones permitió contar con tiempo necesario para para corroborar que no haga falta nada de lo contemplado y para preparar su implementación a tiempo, en este caso me permito poner como ejemplo que se tuvo que coordinar con el personal de la Base San Eduardo para cambiar el alambre de púas en la pista de infiltración por cuerdas previniendo que los estudiantes no se lastimen durante el desarrollo de esta prueba. Mientas en la misma semana la coordinación de medios no tradicionales intensificaba las motivaciones a los participantes de la campaña en redes para que mejoren y aumenten sus publicaciones.

Ya en la semana del evento se implementaron todos los insumos restantes y también se ejecutó la prueba de sonido 3 días antes del evento, se procuró probar el sonido con este tiempo de anticipación en virtud de que el lugar donde se llevó a cabo el Intercolegial era un campo abierto y muy amplio por lo que se trataba de determinar si estaban correctos los equipos con el suficiente tiempo para que, de no ser así se puedan tomar los correctivos necesarios, pero en este caso los equipos previstos si fueron suficientes para este evento. Esta semana fue de arduo labor y coordinación de todos los integrantes del equipo pues en esta semana también era la culminación de la campaña en redes, aquí la coordinación de medios no tradicionales publicó imágenes con resultados parciales de los colegios para incentivarlos aún más y señalar que se encontraban en la recta final de la campaña.

7 Evento final

El 22 de septiembre se realizó el cierre de la campaña en redes tal como se lo había planificado y explicado anteriormente en este documento, datos imprescindibles para el día del evento y para la premiación del colegio ganador en redes, estos datos fueron recogidos por el equipo de producción de medios no tradicionales y elaborada una presentación por parte del coordinación de contenidos audiovisuales y multimedia para presentarlo al público participante en el evento.

Imagen 4 Resultados Finales

Se debió chequear que los contratistas estén listos, el sonido, audio, carpas y tarima estuvieron listos el día anterior ya con los equipos probados y en el sitio que se planificar usar. Luego la producción de campo confirmo que el personal militar facilitado por los directivos de la Base San Eduardo estén listos y tengan claras sus indicaciones como personal de apoyo complementario.

La producción de contenidos y montaje constató que las pruebas estén listas con cada uno de los insumos que debían de tener y de los jueces y asistentes propios de apoyo logístico. Esto permitió que contáramos con cero errores en el desarrollo de las pruebas. Se realizó una última prueba de sonido y video, pero ahora con el material audiovisual aportado por la coordinación de esa área y que contenía los resultados de la campaña en medios no tradicionales.

Una vez listos, empezamos a recibir a las delegaciones de cada colegio, aproximadamente una hora antes del comienzo revisto del evento, este tiempo previsto consideraba una última

explicación de las pruebas a los integrantes de cada equipo y un calentamiento físico previniendo lesiones por parte de los alumnos competidores. Mientras tanto el productor ejecutivo realizaba un chequeo de los jueces para cada prueba y los invitados especiales que constituyeron jueces también pero de la prueba final que fue la lectura del manifiesto que declaraba el compromiso de cuidar el Bosque Protector Cerro Paraíso. Luego el mismo productor constató que la hidratación y refrigerios para los participantes del evento estén listos y en el lugar indicado para su consumo.

Antes de empezar con el desarrollo de las pruebas, los animadores del evento en tarima explicaron brevemente el plan de contingencia como una medida de seguridad preventiva en caso de algún imprevisto, indicaron la salida y el contingente de emergencia con el que contaba el evento para mayor tranquilidad de todos los participantes.

Empezaron a desarrollar las pruebas los competidores, y algo que se pasó por alto fue confirmar la tracción de las bicicletas en la primera prueba, pues si bien a todas se les hizo un mantenimiento para que estén en optimo estado de uso para el día del evento, la tracción entre las bicicletas era distinta, es decir una estaban con la tracción más fuerza y otras calibradas para más velocidad, eso aunque paso desapercibido para los asistentes al evento, fue algo detectado por una persona de apoyo logístico propio, en palabras más sencillas se refiere a que una bicicleta tenía muy suave la pedaleada por lo tanto era fácil arrancar pero su velocidad final era muy inferior a las otras. El resto de las pruebas se realizaron a normalidad sin ningún comentario más que fueron estrictas físicamente para los competidores pues fue notorio su agotamiento al final de la competencia.

Imagen 5 Competencia día del evento

Una vez terminado el desarrollo de las pruebas la producción de campo junto a los jueces de cada prueba y coordinados por la producción ejecutiva, realizaron la sumatoria de los puntos de cada prueba por parte de los competidores, mientras que los animadores en tarima provocaban suspenso y presentaban imágenes de lo que fue la competencia y el desarrollo de las pruebas que rápidamente fueron recopiladas por parte de la producción audiovisual. Ya con los resultados se pasó a presentarlos y a premiar al campeón de cada concurso que en este caso coincidentemente fue el Colegio 28 de Mayo campeón en las dos.

Imagen 6 Premiación a colegios después del evento

Finalmente se contempló una logística de limpieza y evacuación, es decir las delegaciones fueron a sus buses para regresar a sus colegios, todos los integrantes del equipo se encargaron de supervisar que los contratistas se retiraron de manera limpia y ordenada dejando el sitio ocupado por ellos tal como lo recibieron. El personal militar y el de apoyo logístico colaboraron con la recolección de la basura generada que cabe destacar que fue muy poca y se realizó procurando reciclar lo adecuado.

8 Pos concurso

Para finalizar la estrategia comunicacional se entregó el premio al colegio ganador de redes sociales, este premio se dividió entre el primer lugar con un valor de $1.000,00 (mil dólares con 00/100) y $500,00 (quinientos dólares con 00/100) para el colegio que quedo en segundo lugar.

En esta etapa nos referimos a la elaboración de informes de manera sistemática para evidenciar todo lo sucedido y realizar recomendaciones para futuros ejecutores de esta estrategia comunicacional, es decir completar las acciones para lograr el objetico planteado en este documento.

9 LOS RECURSOS HUMANOS

El equipo base del Proyecto estuvo constituido por

- Priscilla Aguirre (Productora de campo)
- Rebeca Iulita (Productora de campo)
- Dora West (Productora de contenidos y animadora del evento)
- Jaime Arellano (Diseño del concurso de redes sociales y animador del evento)

- Carlos Luis Morales (Productor ejecutivo y juez de dos pruebas)
- Gustavo Navarro (diseño de la campaña comunicacional, Juez de dos pruebas)
- Andrés Luque (Diseño de las piezas comunicacionales y cobertura del evento)
- Del Municipio de Guayaquil participo como invitado especial un delegado de la Dirección de Ambiente Municipal.
- De la Prefectura del Guayas participo la Directora de Deportes Provincial
- De la infantería de Marina del Ecuador, participo el Comandante General de la Zona.
- Fundación Cerros Vivos.
- Directora del Centro de Interpretación Virtual.
- Del sector privado:
    - 1 asistente para el día de la rueda de prensa que recibió a invitados y subió fotos del evento en redes
    - 4 asistentes de apoyo logístico para el día del evento.
    - 2 asistentes para cubrir con fotos y videos el evento.
    - 1 sonidista para el día del evento
    - 1 controlador de consola de video
    - 2 equipos de emergencias
    - 1 experto en redes sociales para toda la campaña en redes.
    - 2 Asistentes de cotización: Para realizar la producción ejecutiva se necesitó 2 personas que fueron a campo a cotizar la lista de insumos durante 3 días.
    - 1 mensajero: persona que colaboró dejando las cartas necesarias para conseguir los auspicios y avales.

10 LOS RECURSOS MATERIALES

10.1 Concurso a través de redes sociales

- Computadora

- Celulares con internet

10.2 Concurso a través de la prueba de campo

Tabla 2 Lista de insumos para evento

DETALLE	CANTIDAD
Botiquín médico	1
Par de Rodilleras	4
Camisetas de equipos con logo 10cm de alto impreso	20
Uniforme deportivo para prueba de infiltración	4
Bloqueadores solares	10
Caja de Marcadores de pizarra	1
Repelente de mosquitos	5
Caja de plumas	1
Tableros para apuntes	6
Cascos	4
Coderas	4
Baños portátiles	2
Bus para 30 personas para 20 de Sept.	1
Árboles de guayacán	4
Aguas para participantes y público	200
Sánduches	200
Bicicletas premio	5
Medallas para participantes	20
Placa colegio ganador de Redes sociales	1
Trofeo ganador del evento	1
Pantalla LED 3x4mts para transmisión , más soporte, circuito cerrado a 2 cámaras y transporte	1

Generador 40kv con bajante para 40 mts y 1 caja de distribución	1
Impresión de letreros y señalización de evento.	16
Impresión Backing 8.60ancho x 4 alto (x metros cuadrados)	35
Lona de llegada	1
Alquiler de radios para comunicación	10
Camionetas para 23 de Sept. Traslado de utilería a Base	2
Transporte para mesas y sillas alquiladas	2
Alquiler de mesas rectangulares con mantel	3
Alquiler de sillas plásticas 140	1
Buses para 40 personas para traslado Colegios - Base - Colegios	4
Pizarrones	4
Tachos de basura grande	4
Paquete de Fundas de basura biodegradables	5
Placas para colegios participantes	4
Premio para colegio ganador redes sociales	1
Imprevistos Caja Chica	1
Servicio de ambulancia	1

10.3 Producción de la Estrategia y del Concurso Intercolegial Yo soy la huella

- Computadora personal
- Teléfono celular
- Agenda de entidades del sector público y privado potenciales auspiciantes del Concurso.

11 EL PLAN DE FINANCIACIÓN

El plan de financiamiento parte de la elaboración de un presupuesto real que incluya los gastos previstos y se considere un pequeño margen para imprevistos. Por más que exista una excelente organización y se tenga todo previsto, puede fallar a última hora algo, como por ejemplo se dañe un equipo y se tenga que alquilar otro, se debe de tener contemplado una cantidad destinada para emergencias. Además se debe de hacer referencia de las acciones realizadas para conseguir los fondos o estrategias de financiamiento.

Tabla 3 Clasificación por origen de financiamiento

clasificacion por origen de financiamiento	
convenio	$17.288,00
efectivo	$6.805,00
propio	$800,00
total	$24.893,00

En nuestro caso el presupuesto total final ascendió a $24.893,00 (veinte y cuatro mil ochocientos noventa y tres con 00/100), detallas de la siguiente manera: el auspicio económico se totalizo en $6.805,00 (siete mil seiscientos cinco con 00/100) provenientes del sector privado, mientras que el total de coberturas por convenios se refiere a las necesidades cubiertas por entrega directa de lo requerido, destacan de este grupo los buses, ambulancias, tiendas de campaña, entre otras. Los $800,00 (ochocientos con 00/100) corresponden al único rubro que

toco cubrir por los integrantes del grupo de trabajo y que se trató de la contratación de un diseñador gráfico para tener una línea grafica completa para la campaña comunicacional.

12 Bibliografía

20 Minutos. (26 de 03 de 2012). El 96% de los jóvenes usa internet, la mayoría a diario, y el 83% utiliza redes sociales . *20 Minutos*.

AGUIRRE, A. I. (2016). *Campaña de comunicación para reducir el impacto de la huella de carbono en Cerro Paraíso.* Guayaquil.

Alforja, R. (s.f.). *http://www.redalforja.org/index.php/sistematizacion/228-metodoimpulsarprocemacipatorios*. Recuperado el 29 de Agosto de 2016, de http://www.redalforja.org/index.php/sistematizacion/228-metodoimpulsarprocemacipatorios: http://www.redalforja.org/index.php/sistematizacion/228-metodoimpulsarprocemacipatorios

Allard, W. A. (2016). *http://www.williamalbertallard.com/thoughts.php*.

Arcos, D. (Dirección). (julio de 2016). *"Guardianes Cerro Paraíso"* [Película]. Ecuador: YouTube.

Atehortua, M. A. (2007). *Plataforma Educativa Institucional · Funlam.* Recuperado el 30 de agosto de 2016, de Fundación Universitaria Luis Amigó: http://virtual.funlam.edu.co/repositorio/sites/default/files/sistematizaciondelaspracticas.pdf

Bossa, R. C. (29 de Julio de 2013). Conceptos, aspectos y funciones del Productor. Bogotá, Colombia.

Bryson, B. (s.f.). *How bad are bananas.*

Centro de Interpretación Virtual Cerro Paraíso. (Agosto de 2016). *Cerro Paraíso*. Recuperado el 23 de Agosto de 2016, de www.cerroparaiso.com: http://imprezzoec.com/cerroparaiso/fauna/

Cerros Vivos. (18 de Noviembre de 2013). *Cerros Vivos, comparte conciencia*. Recuperado el 01 de Julio de 2016, de http://cerrosvivos.blogspot.com: http://cerrosvivos.blogspot.com/search?updated-min=2013-01-01T00:00:00-05:00&updated-max=2014-01-01T00:00:00-05:00&max-results=22

Cordero, D. (06 de Febrero de 2013). La contaminación condiciona el bajo peso de los bebés al nacer. *El País*.

Diario El Comercio. (21 de Mayo de 2016). Recuperado el 22 de Mayo de 2016, de http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-guayaquil-reduccion-huella-carbono.html

Diario Expreso. (05 de Junio de 2016). Un plan que pretende reducir un 20 % la huella de carbono. *Diario Expreso*.

Ecuavisa. (21 de Febrero de 2015). *ecuavisa.com*. Recuperado el 18 de Agosto de 2016, de ecuavisa.com: http://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/nacional/99975-caos-vehicular-varios-sectores-guayaquil

El Clarin Digital. (04 de Junio de 1997). MEDIO AMBIENTE: PARTICULAS Y GASES TOXICOS . *El Clarin Digital*.

Euronews. (22 de Septiembre de 2014). *Euronews*. Recuperado el 18 de Agosto de 2016, de http://es.euronews.com: http://es.euronews.com/2014/09/22/mas-co2-y-menos-oxigeno

Expreso, D. (7 de Junio de 2016). Recuperado el 29 de Agosto de 2016, de http://expreso.ec/guayaquil/aplicaciones-verdes-para-medir-la-huella-de-carbono-en-guayaquil-EG392622

Expreso, D. (5 de Junio de 2016). *http://expreso.ec/guayaquil/un-plan-que-pretende-reducir-un-20-la-huella-de-carbono-AK387332*. Recuperado el 29 de Agosto de 2016, de http://expreso.ec/guayaquil/un-plan-que-pretende-reducir-un-20-la-huella-de-carbono-AK387332: http://expreso.ec/guayaquil/un-plan-que-pretende-reducir-un-20-la-huella-de-carbono-AK387332

Formacion Gerencial. (16 de Marzo de 2016). *Formación Gerencial*. Recuperado el 28 de Agosto de 2016, de http://blog.formaciongerencial.com: http://blog.formaciongerencial.com/2016/01/20/estadisticasusuariosinstagram2016/

Formación Gerencial. (Marzo de 2016). *http://blog.formaciongerencial.com/*. Obtenido de http://blog.formaciongerencial.com/2016/01/20/estadisticasusuariosinstagram2016/

Galindo, M. (22 de Julio de 2014). *http://ecoesmas.com/huella-de-carbono-copenhague/*. Recuperado el 3 de Julio de 2016

Hamlett, S. (2016). Recuperado el 29 de 09 de 2016, de eHow español: http://www.ehowenespanol.com/descripcion-del-coordinador-eventos-sobre_438142/

INEC. (2010). *http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/*. Recuperado el 21 de 08 de 2016, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/

Interpretación, C. d. (2015). *http://www.cerroparaiso.org/*. Recuperado el 29 de Agosto de 2016, de http://www.cerroparaiso.org/: http://www.cerroparaiso.org/

Morales Benitez, C. L., Navarro, G., West, D., Iulita, R., Aguirre, P., Arellano, J., y otros. (2016). *Universidad Casa Grande.* Obtenido de http://www.casagrande.edu.ec/

Pardo, A. (2002). El productor de cine. *Nickel Odeon*(28), 224-230.

Secretaria de Ambiente Alcaldía de Quito. (2016). Recuperado el 04 de Julio de 2016, de http://quitoambiente.gob.ec/ambiente/index.php/cambio-climatico/programas-y-proyectos/reduccion-y-compensacion-de-la-huella-de-carbono-en-el-dmq

Televisión, T. (26 de Agosto de 2013). *https://www.tctelevision.com/blog/eco-fest-2da-edicin-guayaquil*. Recuperado el 29 de Agosto de 2016, de https://www.tctelevision.com/blog/eco-fest-2da-edicin-guayaquil: https://www.tctelevision.com/blog/eco-fest-2da-edicin-guayaquil

terra. (14 de 05 de 2008). *terra.org*. Recuperado el 1 de 10 de 2016, de terra.org: http://www.terra.org/categorias/articulos/sistemas-de-transporte-eficiente-para-reducir-nuestra-huella-de-carbono

Universidad Casa Grande. (2016). *Universidad Casa Grande*. Obtenido de http://www.casagrande.edu.ec/casagrande/

Urban Green. (12 de Marzo de 2013). *http://www.urbangreencouncil.org/*. Recuperado el 1 de Julio de 2016, de http://www.urbangreencouncil.org/initiatives/improving-building-envelopes

Vivos, C. (18 de Noviembre de 2013). *http://cerrosvivos.blogspot.com/2013/11/guayaquil-con-bosque-natural-en-medio.html*. Recuperado el 29 de Agosto de 2016, de

http://cerrosvivos.blogspot.com/2013/11/guayaquil-con-bosque-natural-en-medio.html:

http://cerrosvivos.blogspot.com/2013/11/guayaquil-con-bosque-natural-en-medio.html

13 ANEXOS

Anexo 1 Primera Lista de Insumos Elaborada

	PRESUPUESTO CAMPAÑA COMUNICACIONAL "YO SOY LA HUELLA"		
FECHA REQUERIDA	**DETALLE**	**UNIDAD**	**CANTIDAD**
	bocaditos para rueda de prensa	unidad	100
4ta semana agosto	Asistente de diseño para artes de redes sociales	global	1
	pautas en Facebook 20 días	unidad	20
	pautas en Instagram 20 días	unidad	20
2da semana septiembre	Impresión de letreros y señalización de evento. Vinyl con PVC. 90x50cm	unidad	6
	Impresión Backing 8.60ancho x 4 alto	mt cuadrados	35
2da semana septiembre	Bloqueadores solares	unidad	10
	Marcadores de pizarra	caja	1

	Repelentes mosquitos	unidad	5
	Caja de plumas	unidad	5
	Sistema Wifi móvil incluye 2 replicadores de señal	unidad	1
	Caja chica por imprevistos	global	1
septiembre	Equipamiento de botiquín de primeros auxilios	unidad	1
	Tableros para apuntes de jueces	unidad	6
	Rodilleras (el par)	unidad	4
	FRANELA ROJA	metros	10
	Rollo de alambre de púas 330mts	unidad	330
	Cascos	unidad	4
	Rollo de cinta de seguridad	unidad	6
	Baldes	unidad	4
	Palas	unidad	4
	Soga rollo de 5mts	unidad	66
	Radios para comunicación equipo de producción	unidad	10
	Camisetas con logo de 10cm de alto impreso	unidad	30
	Conjunto Deportivo prueba de infiltración - En Tela bioto	unidad	4
	Cal para señalización	unidad	**5**
	Cemento	unidad	2
	Baños portátiles	unidad	2
septiembre	Buses para 35 personas para 24 de Sept	unidad	**4**
	Bus para 30 personas para 20 de Sept	unidad	**1**

	Camionetas para 23 de septiembre, traslado de utilería del evento	unidad	**2**
	Servicio de Transporte para mesa y sillas. 23 de septiembre.	unidad	2
septiembre	Podio para animadores	unidad	1
	Pantalla gigante 3x3 metros para transmisión para el publico	unidad	1
	Sonido: 4 parlantes ,consola, 2 micrófonos y DJ para evento	unidad	**1**
	alquiler de Mesas rectangulares con mantel	unidad	3
	alquiler de Sillas plásticas	unidad	200
	alquiler de Tarima 7.7x8.6x2mts de alto	**unidad**	**1**
	Pizarrones para preguntas en evento	unidad	4
	Árbol Guayacan, para plantear el día de competencia	unidad	4
	Tachos de basura grandes	unidad	4
	Fundas de basura biodegradables	paquetes	5
	tiendas de campaña militares capacidad 60 personas	unidad	3
	Bebidas para participantes y publico	unidad	200
septiembre	Bicicletas Premio a equipo campeón del evento	unidad	5
	PLACAS A COLEGIOS Participantes	unidad	3
	Medallas para participantes	unidad	20
	Placa de reconocimiento colegio ganador redes sociales	unidad	1

	Trofeo campeón del evento	unidad	1
octubre	FIESTA DE PREMIO al colegio campeón de redes, incluye sonido, tarima etc	unidad	1
2da semana, octubre	transmisión en canal de tv abierta por 1 hora	unidad	1
	Contratación de grabación con Móvil con 3 Cámaras HD	unidad	1

Anexo 2 Presupuesto al Mes de Agosto

		YO SOY LA HUELLA				
		PRESUPUESTO AL MES DE AGOSTO				
FECH REQUER.	**RUBRO**	DETALLE	**UNIDAD**	**CANT.**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**
	rueda de prensa	bocaditos para rueda de prensa	unidad	100	$0,50	$50,00
4ta semana agosto	publicidad	Asistente de diseño para artes de redes sociales	global	1	$800,00	$800,00
		pautas en Facebook 20 días	unidad	20	$10,00	$200,00

		pautas en Instagram 20 días	unidad	20	$5,00	$100,00
2da semana septiembre		Impresión de letreros y señalización de evento. Vinyl con PVC. 90x50cm	unidad	6	$11,25	$67,50
		Impresión Backing 8.60ancho x 4 alto	mt cuadrados	35	$8,00	$280,00
2da semana septiembre	insumos varios	Bloqueadores solares	unidad	10	$15,00	$150,00
		Marcadores de pizarra	caja	1	$2,50	$2,50
		Repelentes mosquitos	unidad	5	$4,00	$20,00
		Caja de plumas	unidad	5	$5,00	$25,00
		Sistema Wifi móvil incluye 2 replicadores de señal	unidad	1	$220,00	$220,00
		Caja chica por imprevistos	global	1	$200,00	$200,00
septiembre	equipamiento	Equipamiento de botiquín de primeros auxilios	unidad	1	$25,00	$25,00
		Tableros para apuntes de jueces	unidad	6	$5,00	$30,00
		Rodilleras (el par)	unidad	4	$5,00	$20,00
		FRANELA ROJA	metros	10	$4,00	$40,00
		Rollo de alambre de púas 330mts	unidad	330	$1,40	$462,0

						0
		Cascos	unidad	4	$10,00	$40,00
		Rollo de cinta de seguridad	unidad	6	$13,10	$78,60
		Baldes	unidad	4	$3,63	$14,52
		Palas	unidad	4	$4,02	$16,08
		Soga rollo de 5mts	unidad	66	$4,15	$273,90
		Radios para comunicación equipo de producción	unidad	10	$20,00	$200,00
		Camisetas con logo de 10cm de alto impreso	unidad	30	$12,00	$360,00
		Conjunto Deportivo prueba de infiltración - En Tela bioto	unidad	4	$40,00	$160,00
		Cal para señalización	unidad	**5**	**$15,00**	**$75,00**
		Cemento	unidad	2	$7,00	$14,00
		Baños portátiles	unidad	2	$100,00	$200,00
septiembre	transportes	Buses para 35 personas para 24 de Sept	unidad	**4**	**$200,00**	**$800,00**
		Bus para 30 personas para 20 de Sept	unidad	**1**	**$100,00**	**$100,00**
		Camionetas para 23 de septiembre,	unidad	**2**	**$50,00**	**$100,0**

		traslado de utilería del evento				**0**
		Servicio de Transporte para mesa y sillas. 23 de septiembre.	unidad	2	$35,00	$70,00
septiembre	evento	Podio para animadores		1	$80,00	$80,00
		Pantalla gigante 3x3 metros para transmisión para el publico	unidad	1	$1.600,00	$1.600,00
		Sonido: 4 parlantes ,consola, 2 micrófonos y DJ para evento		**1**	**$300,00**	**$300,00**
		alquiler de Mesas rectangulares con mantel	unidad	3	$10,00	$30,00
		alquiler de Sillas plásticas	unidad	200	$0,60	$120,00
		alquiler de Tarima 7.7x8.6x2mts de alto	**unidad**	**1**	**$500,00**	**$500,00**
		Pizarrones para preguntas en evento	unidad	4	$30,00	$120,00
		Árbol Guayacan, para plantear el día de competencia	unidad	4	$2,50	$10,00
		Tachos de basura grandes	unidad	4	$20,00	$80,00
		Fundas de basura biodegradables	paquetes	5	$2,00	$10,00
		tiendas de campaña militares capacidad 60 personas	unidad	3	$5.000,00	$15.000,00

		Bebidas para participantes y publico	unidad	200	$1,00	$200,00
septiembre	premios	Bicicletas Premio a equipo campeón del evento	unidad	5	$135,00	$675,00
		PLACAS A COLEGIOS Participantes	unidad	3	$70,00	$210,00
		Medallas para participantes	unidad	20	$2,50	$50,00
		Placa de reconocimiento colegio ganador redes sociales	unidad	1	$50,00	$50,00
		Trofeo campeón del evento	unidad	1	$20,00	$20,00
octubre		FIESTA DE PREMIO al colegio campeón de redes, incluye sonido, tarima etc.	unidad	1	$1.200,00	$1.200,00
2da semana, octubre	transmisión	transmisión en canal de tv abierta por 1 hora	unidad	1	$5.000,00	$5.000,00
		Contratación de grabación con Móvil con 3 Cámaras HD	unidad	1	$2.500,00	$2.500,00
			TOTAL	**$32.949,10**		

Anexo 3 Presupuesto Final de la Estrategia Comunicacional.

PRESUPUESTO GENERAL

I INTERCOLEGIAL ECOLÓGICO YO SOY HUELLA

9 DE SEPTIEMBRE DE 2016

CATEGORÍA: PRODUCCION DE EVENTO BASE NAVAL				
DETALLE	**CANTIDAD**	**PRECIO UNITARIO**	**VALOR FINAL**	**FECHA DE COMPRA**
Botiquín médico	1	$25,00	$25,00	19 DE SEPTIEMBRE
Par de Rodilleras	4	$5,00	$20,00	19 DE SEPTIEMBRE
Camisetas de equipos con logo 10cm de alto impreso	20	$12,00	$240,00	12 DE SEPTIEMBRE
Uniforme deportivo para prueba de infiltración	4	$50,00	$200,00	12 DE SEPTIEMBRE
Bloqueadores solares	10	$15,00	$150,00	19 DE SEPTIEMBRE
Caja de Marcadores de pizarra	1	$2,50	$2,50	19 DE SEPTIEMBRE
Repelente de mosquitos	5	$2,50	$12,50	19 DE SEPTIEMBRE
Caja de plumas	1	$5,00	$5,00	19 DE SEPTIEMBRE

Tableros para apuntes	6	$5,00	$30,00	19 DE SEPTIEMBRE
Cascos	4	$10,00	$40,00	19 DE SEPTIEMBRE
Coderas	4	$10,00	$40,00	19 DE SEPTIEMBRE
Baños portátiles	2	$150	$300	50% 14 DE SEPTIEMBRE Y 50% 23 DE SEPTIEMBRE
Bus para 30 personas para 20 de Sept.	1	100	100	19 DE SEPTIEMBRE
Árboles de guayacán	4	2,50	10,00	19 DE SEPTIEMBRE
Aguas para participantes y público	200	1,00	200,00	19 DE SEPTIEMBRE
Sánduches	200	2,00	400,00	19 DE SEPTIEMBRE
Bicicletas premio	5	150	750,00	19 DE SEPTIEMBRE
Medallas para participantes	20	2,5	50,00	19 DE SEPTIEMBRE
Placa colegio ganador de Redes sociales	1	$70,00	$70,00	19 DE SEPTIEMBRE
Trofeo ganador del evento	1	40	40,00	19 DE SEPTIEMBRE
Pantalla LED 3x4mts para transmisión , más soporte, circuito cerrado a 2 cámaras y transporte	1	1400	1400,00	50% 14 DE SEPTIEMBRE Y 50% 23 DE SEPTIEMBRE

Generador 40kv con bajante para 40 mts y 1 caja de distribución	1	320	320,00	50% 14 DE SEPTIEMBRE Y 50% 23 DE SEPTIEMBRE
Impresión de letreros y señalización de evento.	16	$75,00	$75,00	12 DE SEPTIEMBRE
Impresión Backing 8.60ancho x 4 alto (x metros cuadrados)	35	$8,00	$280,00	19 DE SEPTIEMBRE
Lona de llegada	1	35,00	35,00	19 DE SEPTIEMBRE
Alquiler de radios para comunicación	10	$22,80	$228,00	23 DE SEPTIEMBRE
Camionetas para 23 de Sept. Traslado de utilería a Base	2	50	100	23 DE SEPTIEMBRE
Transporte para mesas y sillas alquiladas	2	$70	$140	23 DE SEPTIEMBRE
Alquiler de mesas rectangulares con mantel	3	10	30	23 DE SEPTIEMBRE
Alquiler de sillas plásticas 140	1	60	60	23 DE SEPTIEMBRE
Buses para 40 personas para traslado Colegios - Base - Colegios	4	$130	$520	23 DE SEPTIEMBRE
Pizarrones	4	$50	$200	23 DE SEPTIEMBRE
Tachos de basura grande	4	20	80	23 DE SEPTIEMBRE

Paquete de Fundas de basura biodegradables	5	$2,00	$10,00	23 DE SEPTIEMBRE
Placas para colegios participantes	4	70	280	23 DE SEPTIEMBRE
Premio para colegio ganador redes sociales	1	$1.500,00	$1.500,00	23 DE SEPTIEMBRE
Imprevistos Caja Chica	1	$150,00	$150,00	23 DE SEPTIEMBRE
Servicio de ambulancia	1	$200,00	$200,00	22 DE SEPTIEMBRE
TOTAL PRODUCCION EVENTO				**$8.293,00**
CATEGORÍA: REDES SOCIALES Y DISEÑO GRÁFICO				
DETALLE	**CANTIDAD**	**PRECIO UNITARIO**	**VALOR FINAL**	**FECHA DE COMPRA**
Diseño gráfico	1	800,00	230,00	24 DE SEPTIEMBRE
Asesoría para manejo de redes sociales	1	300,00	300,00	24 DE SEPTIEMBRE
TOTAL REDES SOCIALES Y DISEÑO GRÁFICO				**530,00**
CATEGORÍA: OTROS RUBROS				
Sonido 4 parlantes, consola, 2 micrófonos de mano y DJ/ Sonidista para evento. Con transporte incluido	1	300	$300,00	23 DE SEPTIEMBRE

Tarima 7,7x8mts y 6x2mts	1	500	$500,00	23 DE SEPTIEMBRE
Donación de Tienda de campaña para 60 personas	3	$5.000,00	$15.000,00	14 DE SEPTIEMBRE
TOTAL OTROS				**15500,00**
TOTAL FINAL				**$24.323,00**

Anexo 4 Matriz 1

MATRIZ 1

objetivo general	Documentar de manera sistemática, hasta octubre del 2016, el proceso de la estrategia de comunicación para la sostenibilidad del intercolegial "Yo Soy la Huella" desarrollado en Guayaquil, para que sirva como referencia de eventos similares en el futuro.			
Objetivos especificos	**FASES O ETAPAS**	**Actividades Previstas**	**Actividades Ejecutadas**	**Observaciones (cambios)**
	M1: PLANIFICACION	Primera reunión de planificación, Que vamos a hacer? Como lo vamos	Primera reunión de planificación, Que vamos a hacer? Como lo vamos a	

			a hacer?	hacer?	
			Diseño de estrategia comunicacional con 2 concursos que complementen la llegada al publico objetivo. Campaña de medios tradicionales y no tradicionales. Evento Intercolegial ecologico, y concurso en Redes Sociales.	Diseño de estrategia comunicacional con 2 concursos que complementen la llegada al publico objetivo. Campaña de medios tradicionales y no tradicionales. Evento Intercolegial ecologico, y concurso en Redes Sociales.	
			Realizar el intercolegial el 24 de septiembre como finalizacion del evento en	Realizar el evento de competencia de intercolegial el 24 de	

			redes sociales	septiembre, 2 dias despues de concluido el concurso en redes	
			Diseñar concurso en redes de 1 mes de duracion del 24 de agosto al 24 de septiembre	Diseñar concurso en redes de 31 dias de duracion del 23 de agosto al 22 de septiembre	se ajusto la finlalizacion del evento para que en los dos dias restantes la produccion multimedia pueda elaborar videos y presentacion grafica de los resultados para el dia del evento.
			visitas a colegios a invitarlos a participar de la campaña Yo Soy la Huella	visitas a colegios a invitarlos a participar de la campaña Yo Soy la Huella	
			Segunda visita a colegios por parte de la producion	Segunda visita por parte de la producion logistica para	A esta visita asisitieron la parte de produccion logistica

			logistica para indicar reglamento de los concursos.	indicar reglamento de los concursos.	de la campaña.
			Participacion de 5 colegios en los dos concurso	Participacion de 4 colegios en los dos concursos	Colegio Javier se retiró el día anterior a inciar la campaña, luego de haber dado una primera respuesta positiva, argumentando que tenian varias actividades y se les complicaba. Participaron Colegios Boston, Bernardino Echeverria, 28 de mayo y Teodoro Alvarado.
			Solicitar auspicios y apoyo para la realizacion a entidades publicas y	Solicitar auspicios y apoyo para la realizacion a entidades públicas y	

			privadas	privadas. Prefectura del Guayas, Municipio de Guayaquil, All Natural, Natures Garden, Policia Nacional.	
			visita a cerro paraiso para determinar lugar del evento	visita a cerro paraiso para determinar lugar del evento.	se consiguio el permiso para realizarlo en la base militar San Eduardo ubicada dentro del bosque portector.
			elaboracion de lista de insumos	elaboracion de lista de insumos	una vez realizada la visita al lugar del evento esta lista se modifico para ajustarse de acuerdo a los requerimientos del lugar
			elaboracion de presupuesto	elaboracion de presupuesto	fue modificada luego de acuerdo a los requerimientos

					y el presupuesto obtenido.
	M2: CONCURSO, del 23 de agosto al 24 de septiembre	Pre-intercolegial y concurso en redes, 23 AGOSTO AL 22 SEPTIEMBRE	rueda de prensa para arranque de competencia en redes	rueda de prensa para arranque de competencia en redes	se realizo en auditorio de la UCG y tuvo asistencia de medios de tv y radio
			gestion de recursos para curbrir el presupuesto	Gestión de recursos para curbrir el presupuesto. Enviar cartas de solicitudes de auspicios a entidades públicas y privadas. Se logro cubrir el presupuesto una vez que se redujo el mismo	Tuvimos que reducir el presupuesto porque hubo un ofrecieminto de auspicio total ofrecido por el alcalde de Guayaquil pero que no se pudo concretar por nuevas legislaciones. se consiguio apoyo de prefectura en cuanto

					a equipos de sonido con operadores y demas apoyo logistico.
			Gestión para conseguir tiendas de campaña para base san eduardo.	Gestión para conseguir tiendas de campaña para base san eduardo.	se consiguio que la Prefectura del Guayas done 3 tiendas de campaña a la base san eduardo.
			Reunión entre integrantes del grupo para determinar ajustes y revisar avances de cada uno.	Reunión entre integrantes del grupo para determinar ajustes y revisar avances de cada uno.	sobre todo se reviso el concurso en redes y se debatio el ajuste de presupuesto para conocer cambios
			segunda visita para coordinar con personal de audio y video y	segunda visita para coordinar con personal de audio y video y personal de	

			personal de logisitca	logisitca	
			semana antes del evento esta destinada apara compras ya adquisicion de insumos	semana antes del evento esta destinada apara compras ya adquisicion de insumos	
			semana del evento destinada para implementacion de insumos y pruebas de sonido entre otros	semana del evento destinada para implementacion de insumos y pruebas de sonido entre otros	
			22 de septiembre cierre de concurso en redes	22 de septiembre cierrre de concurso en redes. Conteo de HT y publicaciones de cada colegio	se determino como ganador al colegio 28 de mayo por una minima diferencia.

		dia del evento final, 24 DE SEPTIEMBRE	chequear contratistas esten listos	chequear contratistas esten listos	
			chequear que militares esten listos	chequear que militares esten listos	personal militar apoyó al desarrollo logistico.
			chequear que las pruebas esten listas	chequear que las pruebas esten listas	
			Chequear que el personal propio de apoyo logistico este listo.	Chequear que el personal propio de apoyo logistico este listo.	
			prueba de sonido y video	prueba de sonido y video	
			Llegada de delegaciones de cada colegio dos horas antes del incio del	Llegada de delegaciones de cada colegio dos horas antes del incio del evento.	

			evento.		
			Chequear que el jurado e invitados especiales esten listos.	Chequear que el jurado e invitados especiales esten listos.	
			chequear hidratación, ambulancias y cuerpo medico	chequear hidratación, ambulancias y cuerpo medico	
			Comunicar plan de contingencia a asistentes a evento.	Comunicar plan de contingencia a asistentes a evento.	
			Desarrollo de pruebas por parte de cada equipo representante de su colegio.	Desarrollo de pruebas por parte de cada equipo representante de su colegio.	

			Calificación de pruebas y premiacion a ganador de redes y de evento.	Calificación de pruebas por puntaje acumulativo y premiacion a ganador de redes y de evento.	Se realizó una presentación explicando la calificación a redes que fue una tanto controversial porque hubieron publicaciones que tuvieron que ser descalificadas.
			Logística de limpieza y evacuacion del lugar del evento.	Logística de limpieza y evacuacion del lugar del evento.	lo realizamos en conjunto con el personal militar de la base.
	M3: POS-CONCURSO, del 25 de septiembre al ____	Pos evento, 25 SEPTIEMBRE AL _____	Entrega de premio a colegio de redes.	Se entregó premio al colegio ganador en redes, que se fijo en preaupuesto para kermesse para el campeón.	
			elaboracion de informes finales para respaldo de	elaboracion de informes finales para respaldo de	

			futuras ediciones del intercolegial	futuras ediciones del intercolegial	

Anexo 5 Matriz 2

MATRIZ 2									
Objetivo General	Documentar de manera sistemática, hasta octubre del 2016, el proceso de la estrategia de comunicación para la sostenibilidad del intercolegial "Yo Soy la Huella" desarrollado en Guayaquil, para que sirva como referencia de eventos similares en el futuro.								
Objetivos especificos	**FASES**	**FECHAS**	**ACTIVIDADES EJECUTADAS**	**OBJETIVOS**	**EFECTOS/RESULTADOS**	**QUIENES? INTERNOS O**	**RECURSOS MATERIALES**	**COSTO**	**FACTORES QUE CONTRIBUYERON**

						EXTERNOS			
	M1: PLANIFICACION	13-Jul	primera reunion de planificacion, Que vamos a hacer?. Como lo vamos a hacer?	Establecer actividades y estrategia de comunicación. Definir el público objetivo	se determino una estrategia con dos concursos orientados a un publico objetivo de entre 12 a 17 años que consume en gran cantidad publicidad e informacion en redes.	integrantes del grupo de trabajo	utiles de oficina, computadoras, celulares	$ -	nula informacion de campañas comuncacionales de esta indole y dirigidas a un público especifico objetivo como el indicado.

		18-Jul	Diseño de estrategia comunicacional con 2 concursos que complementen la llegada al publico objetivo. Campaña de medios tradicionales y no tradicionales. Evento	diseñar una estrategia que permita comunicar y concienciar al público obejtivo de la importancia del bosque cerro paraiso.	Se logró un diseño muy innovador y exitoso pues en concurso de redes se logro superar los 32000 interaciones en tan solo 1 mes de campaña como efecto directo, como efecto indirecto se calculan unos 100000 vistas de publicaciones de la campaña. En medios tardicionales el evento en el cerro	integrantes del grupo de trabajo	utiles de oficina, computadoras, celulares, inetrnet		

			Intercolegial ecologico, y concurso en Redes Sociales.		logró captar la atecion de los colegios participantes familiares y e incluso otros colegios que mostraron su interes de querer participar en el intercolegial. Además la rueda de prensa tuvo un impacto muy positivo por haber llegado a salir un reportaje en tv				

					nacional abierta.				
		18-Jul	diseñar el evento de competencia de intercolegial el 24 de septiembre, 2 dias despues de concluido el	se determino hacerla 2 dias despues para tener tiempo sufuciente de realizar el conteo	se pudo tener a tiempo los resultados y cotejarlos de manera correcta ya que hubieron muchas publicaciones que no fueron validas y se tuvo que revisar publicaciones de	Encargado de medios no tradicionales, y consultor externo experto en	2 computadoras para jornada de trabajo, internet	$ 300,00	Expertisia de parte del consultor externo para el conteneo y manejo de los programas estadisticos en redes.

			concurso en redes	de publicaciones validas y determinar el ganador de redes y poder premiarlo el dia del evento en el Cerro Paraiso.	manera individual.	community media.			
		18-Jul	Diseñar concurso en redes de 31	Diseñar concurso en redes	Se logró diseñar una campaña efectiva e intensa suficiente	Encargado de medios	computadora, ineternet	$ -	El encargado de redes cuenta con experincia en

			dias de duracion del 23 de agosto al 22 de septiembre	que tenga el tiempo de exposicion necesario para impactar de manera positiva al publico objetivo.	para impactar de acuerdo a los objetivos de la estrategia general.	no tradicionales.			participaciones en campaña de otras indoles pero en medios no tradicionales.
		5 al 8/agosto	Visitas a colegios a invitarlos a participar de la campaña	Participacion de 4 colegios en los dos concursos	Haber focalizado nos permitió ser más precisos en el grupo objetivo y por lo tanto ser mas eficaz	personal de produccion de campo y	Internet y computadora para buscar informacio	$ -	

			Yo Soy la Huella. Escoger en esta primera edición de intercolegial ecológico colegios que se encuentren en el area de influencia.		y eficiente en cuanto al destinatario del mensaje de esta campaña comunicacional.	personal de contenidos y montaje y productor ejecutivo	n de colegios en el area de influencia.		
		5 agosto al 15 septiem	Solicitar auspicios y apoyo para la	Conseguir recursos necesarios para una	Se logró cubrir las necesidades de la campaña con auspicios	productor ejecutivo	Computadora, internet, oficios, celular.	$ 20,00	Una agenda amplia de amigos y referencias personales nos dio

		bre	realización a entidades públicas y privadas. Prefectura del Guayas, Municipio de Guayaquil, All Natural, Natures Garden, Policia Nacional.	campaña eficiente que nos permita llegar a la mayor cantidad de personas posible.	economicos y de materiales o equipos.				un abanico amplio de posibilidades en donde solicitar los recursos planteados.

		9-Ago	Visita a cerro paraíso para determinar lugar del evento.	obtener el permiso de las autoridades competentes para realizar el evento en lugar mas conveniente y seguro para el desarrollo de la competenc	Se consiguió el permiso para realizarlo en la base militar San Eduardo ubicada dentro del bosque protector.	productor ejecutivo	celular, oficios, transporte	$ 10,00	

				ia					
		15-Ago	elaboracion de lista de insumos	definir los insumos para estar claros en las necesidades para llevar a cabo esta campaña comunicacional y posterior	se obtuvo una lista que debio ser ajustada en su momento de acuerdo a los recursos obtenidos	Productor ejecutivo, y productor de campo, productor de contenidos y montaje, coordinador de	computadora, internet, celular	$ -	Conocimientos y experticia del equipo que diseña la prueba en eventos de competencia breves con finalidad de comunicación masiva.

				elaboracion del presupuesto en base a esta lista		medios no tradicionales.			
		15-Ago	elaboracion de presupuesto	Definir el valor financiero pronosticado a conseguir para la realizacion del evento.	Se consiguió pronosticar de manera muy cercana al valor real necesario para la realizacion de la estrategia.	productor ejevutivo	computadora, internet, celular	$ -	facilidad de cotizar por internet y por celular la mayoria de insumos
	23 de agost	**Pre-intercolegial y concurso en redes, 23 AGOSTO AL 22 SEPTIEMBRE**							

		23-Ago	rueda de prensa para arranque de competencia en redes	dar a conocer a los guayaquileños por medio de la prensa local el arranque y objetivos de la estrategia	se consigio un espacio en canal 1 y diferentes radios de Guayaquil donde comunicaron sobre Yo Soy la Huella	integrantes del grupo de trabajo, y asistente por 2 dias para confirmacion de invitaciones, fotografo, y atache	auditorio, computadora, celular, bocaditos	$ 100,00	facilidad prestada por la UCG del auditorio con todos los implementos como sillas infocus etc.
		30-Ago	segunda visita por parte de la	que los estudiantes y	se logro el objetivo planteado, exepto en un pequeño grupo en	personal de produccio	impresora para entregar	$ 20,00	la facilidad de los directivos de colegios para

			produccion logistica para indicar reglamento de los concursos.	directivos de los colegios tengan claro el reglamento y las condiciones	dos colegios que publiciaron fotos sin acciones ecológicas por ej. Selfies	n de campo y personal de contenidos y montaje	copias de reglamentos, computadoras para exponer y marcadores de pizarra		nuestro acceso a darle la informacion a estudiantes y docentes
		5 agosto al 15 septiembre	Gestión de recursos para curbrir el presupuesto. enviar cartas de	Conseguir recursos necesarios para una campaña eficiente que nos	Obtuvimos recursos financieros por $8000 dolares e hidratacion de la empresa privada. Del sector publico se obtuvo tiendas de	productor ejecutivo	computadora, internet, celular, oficios	$ 20,00	

			solicitudes de auspicios a entidades publicas y privadas. Se logro cubrir el presupuesto una vez que se redujo el mismo	permita llegar a la mayor cantidad de personas posible.	campaña, ambulancias, tarima, equipos de sonido, personal operador de equipos.				
			Gestión para conseguir tiendas de campaña	Conseguir a manera de auspicio dos tiendas de	Se obtuve mediante convenio entre prefectura y Base San Eduardo la donacion de las 2	productor ejecutivo	computadora, internet, celular, oficios	$ -	Tener buenas relaciones interpersonales.

			para base san eduardo.	campaña para uso en la base san Eduardo y como intercambio de recursos con la base.	tiendas de campaña propuestas.				
			Reunión entre integrantes del grupo para determinar	Corregir, ajustar y revisar los avances individuales de cada	se ajustaron detalles para el evento, y para la estrategia del concurso en redes	todos los integrantes del grupo	computadora, internet, celular, oficios		

			ajustes y revisar avances de cada uno.	integrante y consolidar las ideas pendientes.					
			segunda visita para coordinar con personal de audio y video y personal de logisitca	Determinar espacios que ocuparan cada persona que particpara en la logistica el dia del	Los participantes conocieron los espacios que ocuparan el dia del evento y sus funciones.	Integrantes del grupo, sonidista, responsable del video, personal de la base san eduardo,	transporte, cámaras, celulares, redes sociales	$ 10,00	Predisposición del personal de apoyo logistico a colaborar en su participacion de ese dia, igualmnete del personal contratado para sonido y video. Destaco el apoyo de los directores de la base militar que

				evento.		camarógrafos, personal de apoyo logistico.			prestaron también a su personal con un supervisor para guiarnos y poderles explicar sus funciones.
			semana antes del evento esta destinada para compras ya adquisicion de insumos	comprar los implementos necesarios para el dia del evento	Implementos comprados con el tiempo anticipado suficiente para prepararlos para el uso en campo.	Productor de campo, productor de contenido y montaje.	Detallados en el presupuesto en la seccion de anexos.		Contar con los recursos financieros a tiempo.
			semana del evento	Implementar con	Los implementos e insumos estuvieron	Productor de	Detallados en el		Buena planificacion detallada de los

			destinada para implementacion de insumos y pruebas de sonido entre otros	anticipación todos los insumos e implementos necesarios para el dai del evento.	listos en la base con 3 dias de anticipación. Logistica muy bien coordinada	campo, productor de contenido y montaje.	presupuesto en la seccion de anexos.		productores de campo y montaje, respecto de la logistica de adquisicion y puesta en el sitio. Elaboraron informes via mail para mejor coordinacion y refuerzos via mensajeria instantanea.
		Día del evento final, 24 DE SEPTIEMBRE							

			22 de septiembre cierrre de concurso en redes. Conteo de HT y publicaciones de cada colegio	determinar el ganador del concurso en redes a tiempo para la presentacion en el dia del evento	Se determinó el ganador del concurso en redes a tiempo, tomando en cuenta que para el conteo de cada HT debia ser revisado uno por uno.	Encargado de medios no tradicionales, y consultor externo experto en community media.	computadoras, internet	$ -	Conocimientos de manejo de aplicaciones del consultor externo experto en community media.
		24-Sept	chequear contratistas esten listos	minimizar errores para evento por	No hubo errores de ningun personal externo.	Productor ejecutivo, y de campo.	hojas	$ -	Checklist con cada tarea por revisar.

				parte de personal externo					
		24-Sept	chequear que militares esten listos	minimizar errores para evento por parte de personal militar	No hubo errores de ningun personal militar.	Productor ejecutivo, y de campo.	hojas		Checklist con cada tarea por revisar.
		24-Sept	chequear que las pruebas esten listas	cero errores en el montaje de las pruebas	cero errores en el montaje de las pruebas	Productor de contenidos y montaje, asistente	hojas		Diagrama de pruebas a realizar por los particpantes.

						de apoyo logistico.			
		24-Sept	Chequear que el personal propio de apoyo logistico este listo.	minimizar errores para evento por parte de personal propio de apoyo logistico	minimizar errores para evento por parte de personal propio de apoyo logistico	Productor ejecutivo, de campo, y contenidos y montaje.	hojas		Checklist con cada tarea por revisar.
		24-Sept	prueba de sonido y video	cero errores en sonido y video	No existieron errores en sonido y video. El alcance de los microfonos y	Productor de contenidos y			

					camaras fue el adecuado.	montaje, asistente de apoyo logistico.			
		24-Sept	Llegada de delegaciones de cada colegio dos horas antes del incio del evento.	contar con los partipantes a tiempo	Participantes llegaron 30 minutos antes del inicio de atividaes lo cual se considero optimo porque hubo el tiempo suficiente para organizar delegaciones y realizar el calentamiento de los participantes.	integrantes del grupo	buses para trasnporte		

		24-Sept	Chequear que el jurado e invitados especiales esten listos.	correcto desarrollo del evento	correcto desarrollo del evento	Productor ejecutivo.	hojas	$ -	
		24-Sept	chequear hidratación, ambulancias y cuerpo medico	correcto desarrollo del evento	correcto desarrollo del evento	Productor ejecutivo.			
		24-Sept	Comunicar plan de contingenci a a asistentes a	Estar preparados en caso de alguna eventualid	Los participantes estuvieron comunicados de las medidas de seguridad y	Conducto res del escenario.			

			evento.	ad o emergencia durante el desarrollo del evento.	contingencia.				
		24-Sept	Desarrollo de pruebas por parte de cada equipo representante de su colegio.	Competencia entre los representantes de los colegios participantes.	Competencia entre los representantes de los colegios participantes.	integrantes del grupo			
		24-Sept	Calificación de pruebas por puntaje	Obtener un ganador de concurso	Se determinó que el colegio ganador luego de la suma de	Productor ejecutivo y de			

			acumulativo y premiacion a ganador de redes y de evento.	en campo a traves de la competencia entre los representantes de los colegios participantes.	puntajes fue el Colegio 28 de Mayo.	campo.			
		24-Sept	Logística de limpieza y evacuacion del lugar del evento.	Ordenar de acuerdo a los requerimientos de los directivos de la base	Se entregó el lugar ordenado y limpio de acuerdo a como fue recibido para el evento.	Integrantes del grupo.			Buena planificación detallada por los prouctor de campo y contenidos y montaje.

				san eduardo.					
	M3: POS-CONCURSO, del 25 de septiembre al 21 de octubre.	**Pos evento, 25 SEPTIEMBRE AL 21 de octubre**							
		26-Sept al 20-Oct	elaboracion de informes finales para respaldo de futuras ediciones del intercolegial	cumplir con el objetivo general	Documento que respaldo de manera sistematica el detalle de la elaboracion de esta campaña.	todos los integrantes del grupo	computadora, hojas, impresora	$ 30,00	Se elaboro una bitacora para luego convertirla en un docuemnto formal
		21-Oct	se entrego premio al colegio ganador en	premiar al ganador del concurso	Colegio ganador se sintio recompensado por su gran escuerzo y afirmo su	todos los integrantes del grupo		$ 1.000,00	Financiamiento obtenido por parte de la produccion ejecutiva.

			redes, que se fijo en recursos finacieros.	en redes	particpacion en las siguientes ediciones del interolegial.				

Anexo 6 Bases del Concurso en Redes

#YosoylaHuella

Explicaci□n y puntos del Concurso

- El concurso se realizará desde la red social Instagram.
- Cada colegio desde su cuenta institucional (sino la tuviera deberá creerla para participar) tendrá que interactuar incentivando a todo el alumnado a usar sus cuentas personales.
- Se utilizará el Hashtag (etiqueta) más el nombre del colegio.
- El colegio que más haya utilizado este HT será el ganador.

NOTA IMPORTANTE:
El contenido de las fotos o videos con el Hashtag deberá mostrar acciones que disminuyan la huella de carbono, es decir ***NO*** *será válida una foto o video con algo que no muestre una acción referente al tema.*

2. Deberán descargar y utilizar la aplicación (Guayaquil OndaEcoC) para celular, Android y Iphone (Google play y App store)

Esta aplicación mide la huella de carbono en cada persona, y luego de utilizarla deberán tomar una captura y subirla como **PRIMERA PUBLICACION** con el Hashtag #YoSoyLaHuella más el nombre del colegio

NOTA IMPORTANTE: Es un requisito del concurso que todos los alumnos suban desde sus cuentas de Instagram la captura. En el contenido del test hay preguntas que deberán resolver con sus padres.

3. Deberán seguir la cuenta @YoSoyLaHuella en Instagram y darle Repost a la foto de su colegio, la misma que deberá tener la mayor cantidad de likes.

NOTA IMPORTANTE: Deberán leer la información, cuestionarios que daremos a los colegios para que sepan como aplicar correctamente las acciones en cada una de las publicaciones.

TIEMPO DEL CONCURSO

El concurso tendrá una duración de 1 mes, empieza el 24 de Agosto y finaliza el 22 de Septiembre.
Se conocerá al colegio ganador el mismo día del evento al finalizar.

Anexo 7 Reglamento Evento de Campo

YO SOY LA HUELLA

REGLAMENTOS:

1. Los integrantes de los equipos deben ser alumnos de los colegios participantes.
2. La edad mínima de los competidores es de 14 y máxima de 17 años.
3. Son 5 integrantes por equipo (la cantidad de hombres y mujeres lo determina cada grupo)

4. Cada prueba tendrá un juez en el inicio y en el final de la misma, si los competidores no cumplen la secuencia completa se les restará un punto por cada prueba inconclusa.
5. No puede existir contacto físico (empujones, peleas) entre competidores **(por cada llamada de atención al competidor se le sacará tarjeta amarilla. A la tercera tarjeta amarilla es expulsado, y se puntuará en 0 esa prueba).**
6. No puede existir agresión verbal entre competidores **(por cada llamada de atención al competidor se le sacará tarjeta amarilla. A la tercera tarjeta amarilla es expulsado, y se puntuará en 0 esa prueba).**
7. Los asistentes (alumnos, padres de familia y autoridades del plantel) deben mantenerse en el área del público, para no interrumpir ninguna de las actividades en la competencia.
8. Las pruebas intelectuales estarán registradas para verificar la trasparencia de la puntuación.
9. Será obligatorio el uso de los implementos de seguridad (casco, rodillera, codera, pantalón, etc.) que sean parte de las pruebas a realizar. No colocarse correctamente dichos implementos será motivo de amonestación (1 punto menos).
10. Cada equipo tendrá un color de camiseta. Ningún integrante puede utilizar otro uniforme que no sea el que le corresponde.
11. Los integrantes del equipo una vez inscritos no pueden ser cambiados (salvo algún problema de salud, presentando certificado médico) en este caso su reemplazo debe ser un estudiante del mismo colegio, previo un aviso.

COLEGIOS PARTICIPANTES:

1. Colegio Teodoro Maldonado Olea
2. Colegio 28 de Mayo
3. Unidad Educativa Boston
4. Unidad Educativa Bernardino Echeverria.

La competencia se llevará acabo con 4 equipos de 5 integrantes cada uno. Los integrantes, alumnos de los colegios antes mencionados, serán 3 chicos y 2 chicas de entre 14 y 17 años de edad formando parte de cada equipo. Los mismos que tendrán que realizar actividades físicas e intelectuales durante el transcurso de la competencia.

PRIMERA ACTIVIDAD:

En el punto de salida se encontrará un integrante del equipo en bicicleta, al sonar la alarma de partida, éste se dirigirá al primer stand donde se encontrará con un cuestionario de 5 preguntas objetivas que tendrá que resolver correctamente para poder darle la posta a su compañero.

- **¿Desde qué año el Cerro Paraíso es declarado Bosque protector?**
- **¿Cuántos pulmones naturales existen en Guayaquil?**
- **¿Qué significa CO2?**
- **¿Cómo se puede reducir el impacto de huella de carbono?**
- **¿A qué porcentaje asciende la huella de carbono en Guayaquil?**

SEGUNDA ACTIVIDAD:

Una vez realizada la posta el segundo integrante del equipo, éste se dirigirá en la misma bicicleta hasta el siguiente punto donde se encontrará con una "ratonera/laberinto" atravesarlo para luego encontrarse con una prueba de equilibrio, el que tendrá que pasar sin caerse, en el caso de que se caiga tendrá que regresar al inicio del mismo hasta que logre pasarlo correctamente. Al finalizarlo le dará la posta al siguiente participante.

TERCERA ACTIVIDAD:

El tercer participante al recibir la posta tendrá que recoger botellas en 2 fundas grandes de basura y llevarlas al depósito correspondiente luego de pasar por un obstáculo de llantas y antes de que continúe el compañero responder un cuestionario de 5 preguntas correctamente.

- **¿Cuántos árboles tiene el Bosque Protector Cerro paraíso?**
- **¿Cuántas especies habitan en el Bosque Protector Cerro paraíso?**
- **¿Qué son los gases de efecto invernadero?**
- **¿Cuáles son las consecuencias de vivir en un entorno con impacto de huella de carbono?**
- **¿Cuántas instituciones entre empresas privadas y establecimientos educativos se encuentran ubicados en el Bosque Protector Cerro paraíso?**

CUARTA ACTIVIDAD:
Los 2 últimos competidores deberán plantar correctamente 2 árboles para luego dirigirse rápidamente a la meta.