

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Arte, Diseño y Comunicación Audiovisual

Campaña Gráfica diseñada para incrementar el número de estudiantes en los cursos de la Licencia Profesional C1 en CONDUESPOL

PROYECTO INTEGRADOR

Previo la obtención del Título de:

Licenciado en Diseño Gráfico

Presentado por:

Alvaro Xavier Chiriboga Angulo

Evelyn Janeth Yépez Sivisapa

GUAYAQUIL - ECUADOR

Año: 2019

AGRADECIMIENTOS


El más sincero agradecimiento a las siguientes personas: nuestra tutora y profesora Msc. Andrea Pino, nuestro profesor Msc. Carlos González, a CONDUESPOL, en especial a la instructora Kimlang Cruz, por confiar en nosotros y apoyarnos en el desarrollo de este proyecto integrador.

DECLARACIÓN EXPRESA

"Los derechos de titularidad y explotación, me(nos) corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; Alvaro Xavier Chiriboga Angulo y Evelyn Janeth Yépez Sivisapa, y damos nuestro consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual"



Alvaro Xavier Chiriboga
Angulo



Evelyn Janeth Yépez
Sivisapa

EVALUADORES



Nombre del Profesor

MSc. Carlos González Lema



Nombre del Tutor

MSc. Andrea Pino Acosta

RESUMEN

El presente proyecto integrador, busca incrementar el número de estudiantes para la licencia profesional tipo C1 en CONDUESPOL. La problemática de este proyecto se enfoca en que la mayor parte de delegados a operar los vehículos de emergencia y seguridad no cuentan con la licencia profesional adecuada, lo cual es una contravención, ya que la ley estipula que para operar los vehículos ya mencionados es obligatorio contar con la licencia profesional de tipo C1. Con el fin de resolver este problema se hizo uso de una serie metodologías de estudio, uno de los factores más influyentes fue hablar y conocer a diferentes trabajadores del área de emergencias y seguridad para encontrar sus puntos de dolor y empezar a idear posibles soluciones al problema. Una vez entendido el tema, se procedió a diseñar una campaña gráfica que tiene como fin enaltecer a los conductores que laboran en áreas de emergencias y seguridad, agregándoles un simbolismo de Heroico. Todo esto basado en los resultados obtenidos con las metodologías de estudio. Como producto final se elaboró una serie de 6 afiches y 4 infografías con estilo vectorial y mensajes cortos. Adicionalmente, se realizó un diseño de Stand y merchandising, que forman parte de una estrategia que consta de 3 etapas y cuenta con 2 medios de difusión. En resumen, toda la campaña busca destacar la importancia de estar debidamente capacitados para el manejo de vehículos de emergencia y seguridad.

Palabras Clave: Licencia profesional C1, servicios de emergencia y seguridad, campaña gráfica.

ABSTRACT

The present integrating project's goal is to increase the number of students on CONDUESPOL C1 professional license's courses. The main problem found in this project lies into the fact that the majority of delegates in charge of the operation of emergency and safety vehicles don't have the appropriate professional license, which is a contravention, since the law stipulates that a C1 professional license is required to operate these vehicles. In pursuance of a solution for this problem, a series of study methodologies were used. One of the most influential factors was to meet and have actual conversations with all the different workers in the emergency and safety area, in an attempt to understand their pain points, so that we could start thinking about possible solutions to the problem. Once this topic was understood, a graphic campaign emerged and aimed for an exaltation of all drivers who work in emergency and safety areas, adding an heroic symbolism. All of this was based on all the results obtained from the study methodologies. As a final product, a series of 6 posters and 4 infographics in vector style and short messages were developed. In addition, one stand and merchandising design was carried out, which takes part on a strategy that consists of 3 stages and has 2 broadcast media. In conclusion, the entire campaign seeks to highlight the importance of being properly trained to drive emergency and safety vehicles.

Keywords: C1 professional license, emergency and safety services, graphic campaign.

ÍNDICE GENERAL

EVALUADORES.....	4
RESUMEN.....	5
<i>ABSTRACT</i>	6
ÍNDICE GENERAL	7
ÍNDICE DE FIGURAS.....	9
CAPÍTULO 1.....	11
1. INTRODUCCIÓN.....	11
1.1 Descripción del problema.....	11
1.2 Justificación del problema	12
1.3 Objetivos	13
1.3.1 Objetivo General.....	13
1.3.2 Objetivos Específicos	13
1.4 Marco teórico	14
CAPÍTULO 2.....	22
2. METODOLOGÍA.....	22
2.1 Entrevistas	22
2.2 Mapa de experiencia	24
2.3 Perfil de Usuario y Mapa de Empatía.....	27
2.4 Lluvia de Ideas.....	28
2.5 Matriz de Impacto/Dificultad	29
2.5.1 Ideas / posibles soluciones	29
2.5.2 Observaciones.....	30
2.6 Diseño Final	31
CAPÍTULO 3.....	35
3. RESULTADOS Y ANÁLISIS	35
3.1 Mix de Medios y Presupuesto	36

CAPÍTULO 4.....	39
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	39
4.1 Conclusiones	39
4.2 Recomendaciones.....	40
BIBLIOGRAFIA.....	41

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1. Collage It Can Wait.....	16
Figura 1.2. Collage Redes Sociales It Can Wait.....	17
Figura 1.3. Ready For Anything.....	18
Figura 1.4. Collage Sleepiness is stronger than you	19
Figura 1.5. Collage Stop the violence	20
Figura 1.6. Collage Open English.....	21
Figura 2.7. Preguntas para las entrevistas	23
Figura 2.8. Mapa de experiencia 1	25
Figura 2.9. Mapa de experiencia 2	25
Figura 2.10. Mapa de experiencia 3	26
Figura 2.11. Perfil de Usuario	27
Figura 2.12. Lluvia de ideas.....	28
Figura 2.13. Matriz de Impacto - Dificultad	30
Figura 2.14. Logo C1	32
Figura 2.15. Gama de colores	33
Figura 2.16. Campaña Gráfica #ConduEspol_C1_Héroe.....	34
Figura 2.17. Campañas Gráficas #ConduEspol_C1_Héroe	34
Figura 3.18. Mix de Medios y Presupuesto.....	37

CAPÍTULO 1

1. INTRODUCCIÓN

El presente proyecto integrador se ha enfocado a brindar una aportación al incremento de estudiantes en los cursos de licencia profesional tipo C1 en CONDUESPOL, cuya cifra de registrados es cada vez más baja. Las licencias profesionales tipo C1, son licencias de conducir especiales que permiten a personas, profesionalmente capacitadas, conducir vehículos de emergencia y control de seguridad en el país. (Reglamento a la Ley de Transporte Terrestre Tránsito y Seguridad Vial, 2012)

Cabe destacar, que en la actualidad las licencias profesionales C1 específicamente diseñadas para situaciones de emergencia, son de extrema importancia. Cada vez son más comunes los desastres naturales y tan sólo en los últimos cuatro años se ha vivido una gran actividad sísmica en el país, por lo que la población se encuentra sensible frente a estas emergencias, especialmente tras lo ocurrido en el terremoto del año 2016. Por ende, es de vital importancia contar con conductores profesionalmente capacitados para responder a cualquier emergencia y así mitigar sus efectos negativos.

Finalmente, mediante la aplicación de diferentes habilidades y herramientas del diseño, se pretende construir una campaña gráfica que cree conciencia a servidores como policías, militares, bomberos y conductores de ambulancias, destacando la importancia de las licencias de conducir tipo C1 con la meta de que inspire a más personas a recibir una capacitación profesional en CONDUESPOL.

1.1 Descripción del problema

Ecuador siempre ha sido un país propenso a una gran variedad de eventos naturales peligrosos que ponen en riesgo la vida de los ciudadanos, como por ejemplo sismos, terremotos, erupciones volcánicas, deslizamientos, inundaciones, incendios forestales, entre otros. (Plan Nacional de Respuesta Ante Desastres, 2018)

Al encontrarse situado en el punto de encuentro de las placas de Nazca y Sudamérica, zona de alta complejidad tectónica, es cuantiosa la actividad sísmica en el territorio ecuatoriano (En Tierra Segura Desastres Naturales y Tenencia de la Tierra, 2008), tal fue el caso en particular del terremoto de 7.8 grados en la escala de Richter ocurrido el

16 de abril del 2016 en la provincia de Manabí, una de las tragedias naturales más devastadoras que ha golpeado al país en los últimos años. Según un estudio realizado en el 2017 por el INEC, dicho desastre cobró la vida de 663 personas y en los meses posteriores produjo más de 2.300 réplicas, varias mayores a los 6 grados en la escala de Richter.

En el Ecuador existe una gran variedad de entidades públicas enfocadas a brindar un servicio eficaz de control y atención de emergencias en el país, tales como el ECU 911, Ministerio de Salud Pública, Policía Nacional, Fuerzas Armadas, Cuerpo de Bomberos, IESS, Cruz Roja, Secretaría de Gestión de Riesgos, Unidad de Control Operativa de Tránsito, Municipios, Hospitales, entre otros. Todas estas entidades están unidas con un mismo fin u objetivo, el de salvaguardar la vida de los ciudadanos. Es importante destacar que tan solo en el año 2016, el SIS ECU 911 atendió cerca de 2.996.183 llamadas de emergencia en el país. (Informe de Gestión del Servicio Integrado de Seguridad ECU 911, 2017)

En definitiva, esto indica que todos los servicios de emergencia y control de seguridad en el país tienen una gran responsabilidad bajo su cargo, todas sus acciones son decisivas en situaciones de alta complejidad y emergencia. Por estas razones, es indispensable que los operadores de estos vehículos estén altamente capacitados para acudir a una emergencia en el menor tiempo posible y evitar ocasionar más accidentes en su recorrido. (Ministerio del Interior, 2015)

Por otra parte, en la actualidad la mayor parte de conductores delegados a operar vehículos de emergencia y control de seguridad en el Ecuador, no cuentan con el tipo de licencia profesional correspondiente, C1. En el año 2018 la Cruz Roja de Quito comentó que la mayoría de conductores que brindan servicios de emergencia y seguridad en el país, como policías, militares, bomberos, conductores de ambulancias, entre otros, manejan con licencias de conducir tipo C y E, aunque según la ley deben hacerlo con la licencia profesional tipo C1.

1.2 Justificación del problema

Es de vital importancia que las entidades públicas y privadas cuenten con un personal debidamente capacitado para operar los vehículos ya mencionados, de lo contrario se

podrían generar más accidentes, entorpecer los rescates de emergencia e inclusive perder un mayor número de vidas en emergencias de grandes magnitudes.

Por estas razones se ha desarrollado el presente proyecto integrador, con la intención de crear conciencia respecto a las responsabilidades y capacidades especiales que un conductor profesional con licencia tipo C1 debe poseer para brindar asistencia ante una emergencia. Resaltando que la meta principal de los servicios de emergencia y seguridad es la de salvar vidas, responder a necesidades y garantizar la seguridad de los seres humanos.

De esta manera, se pretende ir más allá de simplemente hablar sobre un puesto de trabajo, más bien ir cambiando de a poco la cultura y el pensamiento colectivo de los especialistas que radican en la ciudad de Guayaquil, comprometiéndolos a respetar y ser conscientes que los conductores de servicios de emergencia y seguridad juegan un importante papel a la hora de salvar vidas y mitigar los impactos negativos de cualquier emergencia que se presente en el país.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Plantear una propuesta gráfica que incremente el número de estudiantes en los cursos de conducción profesional de las licencias C1 en CONDUESPOL, mediante el uso de diferentes habilidades y herramientas del diseño.

1.3.2 Objetivos Específicos

1. Estudiar casos gráficos internacionales con problemáticas similares, identificando los factores que potenciarían la afluencia de alumnado en los cursos de licencia profesional tipo C1 en CONDUESPOL.
2. Descubrir las causas de la poca afluencia de alumnado en los cursos de licencia profesional tipo C1 en Guayaquil, generando posteriormente un concepto creativo y eficaz.
3. Valorar una propuesta gráfica inicial que incremente el número de estudiantes en los cursos de conducción profesional de las licencias C1 en CONDUESPOL.

1.4 Marco teórico

Ecuador, debido a sus condiciones geomorfológicas y el producto de la actividad humana es propenso a procesos como avalanchas de lodo, deslizamientos y erosión cuando suceden fuertes episodios climáticos de intensas lluvias. La Secretaria de Gestión de Riesgo reporta que el país en las últimas décadas ha sido escenario de fenómenos naturales de considerable magnitud que puesto en riesgo la vida de nuestra población.

La tendencia de los desastres naturales en el país nos muestra un incremento gradual del número de fenómenos y del alcance de su impacto, en particular de las sequías, inundaciones y temperaturas extremas: de los 29 desastres naturales de gran escala que han afectado al país en los últimos veinte años, el 59% tenía origen climático (FAO en el Ecuador, 2015).

Sin embargo, las amenazas naturales no son el resultado de las advertencias geofísicas o hidrometeorológicas o de un perfil territorial vulnerable, su probabilidad de aparición y su impacto se ve envuelto al aumento en gran medida por factores derivado de actividades humanas, capaces de generar a su vez nuevas amenazas que atente con la población.

El control inmediato de rescate ante una situación de emergencia a permitido disminuir progresivamente el numero víctimas mortales causadas por los desastres naturales según los datos de la FAO en Ecuador, uno de los factores que ha permitido disminuir el número de víctimas en situaciones de riesgo se debe que las personas que laboran en la labor de rescate en constante capacitación y cursos donde se los orienta para brindar ayuda en casos de emergencia o riesgo, para asegurar una buena labor de rescate en el 2011 se implementó en el país la licencia profesional de tipo C1 que va dirigido a situaciones de rescate y/o emergencia, además CONDUESPOL fue unos de los pioneros en el país en impartir los cursos dato corroborado por la instructora de manejo de CONDUESPOL, Kimlang Cruz.

El curso de licencia profesional tipo C1 cuenta con una malla académica donde a los estudiantes se les enseñan primeros auxilios, maniobras evasivas, mecánica entre otras, además se realizan simulacros de situaciones de riesgos muy ligados a la realidad para preparar de manera correcta y eficaz a los operadores de estos vehículos.

A continuación, se presentarán breves casos de estudio internacionales, en los que se han aplicado soluciones gráficas para crear concientización ante problemáticas que afectan a una sociedad en general:

- **AT&T's "It Can Wait"**

La campaña 'It can Wait' o 'Puede esperar' fue diseñada por la compañía AT&T desde el año 2010 y ha ido evolucionando hasta la actualidad, el objetivo de esta campaña es concientizar a sus propios clientes sobre los peligros de usar dispositivos celulares mientras conducen, enfocándose específicamente en los conductores más jóvenes.

AT&T siendo uno de los principales proveedores de servicios móviles en Estados Unidos, se comprometió a iniciar una campaña de prevención y sensibilización, promoviendo la conducción segura en el país. Aquello que inició como una pequeña campaña siguió creciendo hasta convertirse en un movimiento al que se unieron más de 1.500 organizaciones, además grandes competidores como Verizon, Sprint y T mobile dejaron a un lado sus diferencias y se unieron al movimiento.

Juntos crearon un documental y una campaña publicitaria multimillonaria, logrando acumular más de 2.7 millones de promesas firmadas, 50.000 defensores del programa, 6.300 parcelas en el medio, 1.6 billones de impresiones y 1 billón de impresiones en redes sociales. Según estudios, el movimiento ha tenido tanta acogida en el país que ha conseguido reducir significativamente la cantidad de accidentes de tránsito en estados como Illinois (-6.9%), Texas (-7.8%) y Florida (-5.2%).

Una llamada al cambio hecha por una sola compañía se convirtió en una causa social apoyada por miles de organizaciones, es así como el poder de un movimiento se convierte en una nueva forma de salvar vidas. (Fleishman Hillard, 2019)



Figura 1.1 Collage It Can Wait. Fuente: https://www.itcanwait.com/assets/downloads/en/ICW_Poster.pdf



Figura 1.2 Collage Redes Sociales It Can Wait. Fuente:

https://www.itcanwait.com/assets/downloads/en/It_Can_Wait_Corporate_Advocate_Final.pdf

- **MGEU’s “Ready for Anything”**

En el 2017, se diseñó la campaña ‘Ready for Anything’ o ‘Listos para lo que sea’ por parte del MGEU (Sindicato General de Empleados del Gobierno de Manitoba) en Canadá, cuyo objetivo principal era crear conciencia sobre el importante papel que los paramédicos juegan en situaciones de emergencia, recalcando que las habilidades, profesionalismo y entrenamiento de un paramédico eran factores decisivos frente a cualquier situación peligrosa, una cuestión de vida o muerte.

Además, con esta campaña se buscaba que la Ley de Regulación de Profesionales de la Salud incluyera a la rama de la paramedicina como una carrera profesional independiente que pueda emitir un título profesional a todos sus graduados, regulando de esta forma quién brinda estos servicios y mejorando la calidad de los mismos.

Destacaban la frase, “More skills for Paramedics, better care of you” o “Más habilidades para los paramédicos, mejor cuidado para ti”, insistiendo en que los paramédicos jugaban un papel crucial en el cuidado de la salud. Los resultados obtenidos con su campaña fueron un éxito, se logró conseguir que en varias provincias de Canadá se reconociera a la paramedicina como una profesión más de la salud. (MGEU, 2017)

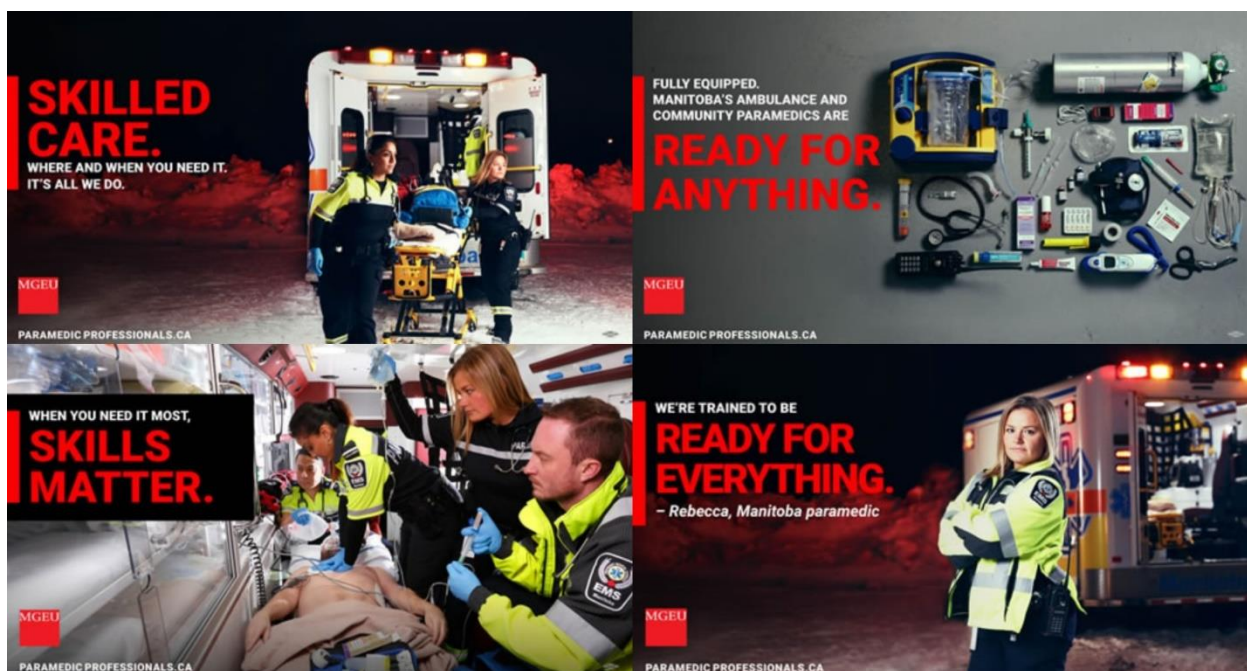


Figura 1.3 Ready For Anything. Fuente: <https://www.mgeu.ca/paramedics/>

- **'Sleepiness is stronger than you'**

La campaña, impulsada por la Fundación tailandesa de Promoción de la Salud (ThaiHealth Promotion Foundation), se denominó “la somnolencia es más fuerte que tú” ('sleepiness is stronger than you') y se ilustró con una poderosa imagen sobre los riesgos de que se te cierren los ojos cuando estás al volante.

Fue creada por la agencia BBDO de Tailandia, busca motivar a los conductores de automóviles, que ejecuten esta acción sin estar cansados. Si cuentan con síntomas de cansancio o sueño lo mejor será detenerse a un lado de la carretera, para que procedan a descansar. Ya cuando se sienten óptimos para manejar pueden seguir su camino.

Para demostrar lo que puede pasar si manejas con sueño. Dibujaron un automóvil en el párpado de una persona y en la parte de abajo un dibujo de peatones. Entonces cuando cierras el ojo, provocas que el auto choque a los peatones.

¿Qué pretende una campaña así? ¿Por qué evoca miedo? Pues, aunque sea de un modo sutil, esta publicidad tailandesa aspira a que los ciudadanos, ante el temor a las (posibles) terribles consecuencias de dormirse conduciendo con esto busca cambiar sus comportamientos y hábitos, para prevenir accidentes (BBDO Bangkok, 2010).



Figura 1.4 Collage Sleepiness is stronger than you. Fuente:

https://www.adsoftheworld.com/media/print/thaihealth_bike

- **Stop the violence**

Ecovia, una concesionaria brasileña de carreteras lanzó una campaña impresa con gran impacto visual para concienciar a los conductores sobre los peligros de escribir mensajes de textos mientras se conduce. La agencia que la ha llevado a cabo ha sido la llamada “Terremoto Propaganda”, también de Brasil.

La campaña bautizada “Stop the violence” cuenta con una serie de imágenes donde se lanzan mensajes de no acelerar en exceso o no conducir ebrio. Y para ejemplificarlo, se muestran los rostros de algunas personas agredidos por un puño que emula el choque de dos vehículos (Terremoto Propaganda, Brasil 2012).



Figura 1.5 Collage Stop the violence. Fuente:

https://www.adsoftheworld.com/media/print/ecovia_stop_the_violence_dont_drink_and_drive

- **Open English**

Open English, una idea de negocio fundada en 2007 y lanzada al mercado un año después, presentando un importante y rápido crecimiento en un lapso de tiempo relativamente corto.

Se hizo conocido en América Latina con unos comerciales de televisión simples y divertidos donde él fundador mismo era el rostro de la marca Open English, la idea que tenía la empresa para llegar sus clientes era contar a través de una serie de comerciales una historia sobre una empresa joven que traía una nueva propuesta al mercado, por medio del espacio televisivo además de ser un video divertido se tomaba el tiempo de explicar las ventajas de las clases en vivo.

Hoy en día es la mayor empresa de cursos de inglés *online* en Latinoamérica que en 10 años ha conseguido cerca de 500.000 clientes. (Open English, 2019).

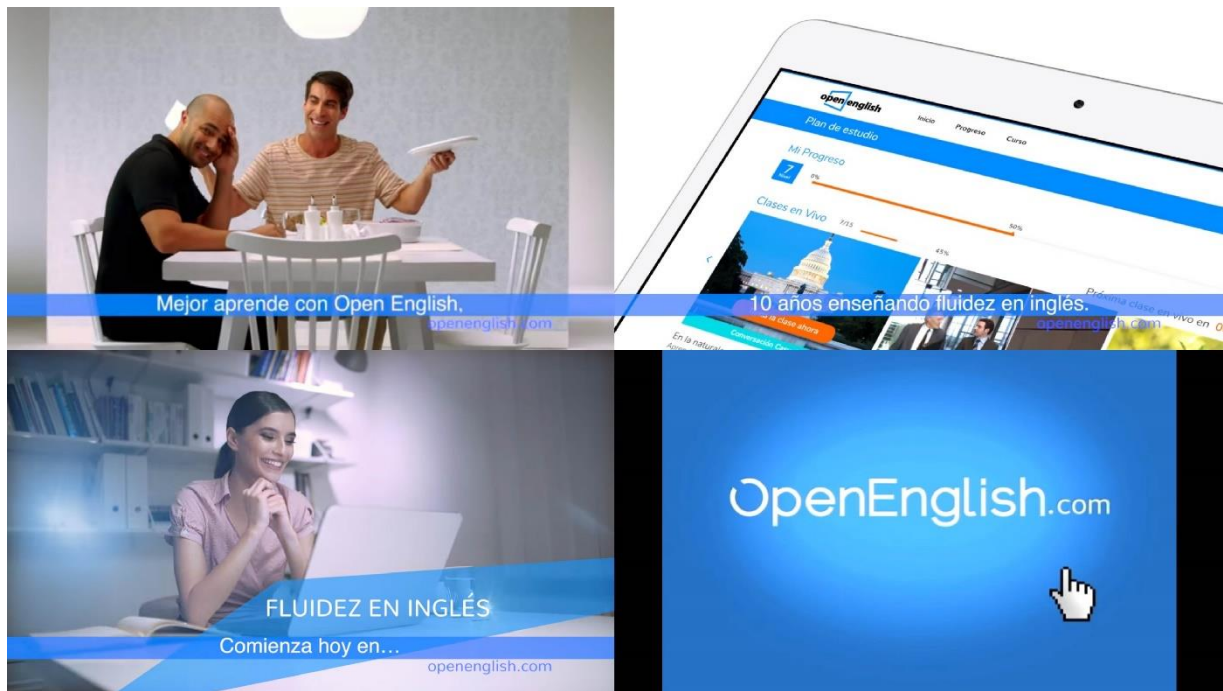


Figura 1.6 Collage Open English. Fuente: <https://www.openenglish.com/prensa/tv/>

CAPÍTULO 2

2. METODOLOGÍA

Para la elaboración y cumplimiento de todos los objetivos planteados en el presente proyecto integrador, en especial el segundo objetivo planteado, el cual propone el descubrimiento de las causas por las cuales existe poca afluencia de alumnado en los cursos de licencia profesional tipo C1 en Guayaquil, para la posterior generación de un concepto creativo y eficaz. Se ha tomado como base una norma general del diseño: la importancia de conocer bien al público objetivo, en este caso, las personas que brindan sus servicios en las áreas de emergencia y seguridad.

Este es un paso importante para el desarrollo de una idea o diseño, en la actualidad. Conocer y empatizar con nuestro grupo objetivo, personas a las que va dirigida nuestra campaña gráfica, hará que nos adelantemos a las necesidades de las mismas. (Sage, 2017)

Con el fin de cumplir con este importante paso del desarrollo de un diseño, utilizamos varias herramientas metodológicas, entre las cuales tenemos: entrevistas, mapa de experiencia, lluvia de ideas, mapa de empatía y perfil de usuario, generador de ideas y la matriz de impacto/dificultad.

2.1 Entrevistas

Las entrevistas fueron usadas con el fin de conocer mejor a distintas personas que están dentro de nuestro grupo objetivo. La mejor forma de lograrlo es hablando directamente con ellos y realizando preguntas claves que nos ayuden a indagar sutilmente en sus opiniones, conocimientos, actividades, experiencias y entornos.

A continuación, se enlistarán las preguntas base que se utilizaron durante el desarrollo de las entrevistas realizadas a personas que brindan sus servicios a las siguientes instituciones: Policía Nacional del Ecuador, Fuerzas Armadas, ECU911, Comisión de Tránsito del Ecuador y Cuerpo de Bomberos.

PREGUNTAS PARA LAS ENTREVISTAS

1. ¿Cuántos años lleva trabajando en los servicios de seguridad y emergencia?
2. ¿Cómo es el comportamiento de los vehículos particulares cuando ustedes están en una situación de emergencia?
3. ¿Ha intervenido en una situación de rescate, fuera de su lugar de trabajo, como ciudadano civil?
4. ¿Puede contarnos una de las experiencias laborales que más lo haya marcado y explicar por qué?
5. ¿Según la experiencia contada, en qué momento se sintió más estresado?
6. ¿Según la experiencia contada, en qué momento sintió que todo ya estaba bajo control?
7. ¿Cómo se enteran cuando hay algún cambio en las leyes que se relacionan a su profesión?
8. ¿Qué cosas buenas o malas ha escuchado respecto a las leyes de tránsito y el actuar ante una emergencia?
9. ¿Hay algún hobby o actividad que practiquen en común con los compañeros fuera del cuartel?
10. ¿Conoce de una marca o equipo favorita(o) entre los *bomberos*?
11. Ustedes reciben capacitaciones constantes, ¿mediante qué medio se enteran de estas?
12. ¿Cuáles son las situaciones más comunes de emergencia?
13. ¿De qué manera se comunican entre ustedes?
14. ¿Qué actividades realizan en el cuartel cuando tienen que quedarse de guardia? ¿Me puede contar su mejor experiencia?

Figura 2.7 Preguntas para las entrevistas. Fuente: Autoría Propia

En conclusión, el desarrollo de las entrevistas fue fundamental para formar una base de datos básica sobre nuestro grupo objetivo. Es importante resaltar los siguientes puntos clave de nuestro grupo objetivo que fueron pilares fundamentales para el desarrollo de nuestra estrategia creativa:

- Ellos están muy orgullosos de brindar sus servicios en las áreas de emergencia y control de seguridad, con mucho gusto nos compartieron muchas anécdotas, lo que fue clave para comprender mejor las experiencias y emociones que viven constantemente en sus trabajos.
- La mayoría de las personas que trabajan en el área de emergencia y control de seguridad tienen poco conocimiento sobre la licencia profesional C1. Cabe señalar que la mayoría de ellos nos dijo que esta licencia era relativamente nueva, pero no es así, la licencia profesional C1 está vigente en el Ecuador desde el año 2011. Esto es algo realmente preocupante, ya que indica que ellos no conducen

con la licencia profesional correspondiente y como consecuencia, no están del todo preparados para conducir en una situación de emergencia.

2.2 Mapa de experiencia

El mapa de experiencia es utilizado para comprender y empatizar con el usuario, ya que refleja cómo se siente durante la experiencia relacionada al problema. Permitiendo detectar, más fácilmente, los puntos de dolor y los vacíos existentes durante todos los pasos realizados por el usuario en el transcurso de dicha actividad. (Megias, 2013)

En este caso en particular, se les pidió a los mismos entrevistados que nos cuenten una o más experiencias que hayan vivido en toda su trayectoria en el ámbito de los servicios de emergencia y que los hayan marcado profundamente.

Luego de contarnos ésta experiencia, dividimos la misma en seis etapas, en las cuales nos iban a indicar el grado de emociones negativas (del 0 al -5) o positivas (del 0 al 5) que sentían en cada una de las etapas de la experiencia relatada, lo cual nos sirvió para conocer cuáles son los puntos de dolor que cada uno de ellos poseen y así desarrollar una estrategia creativa que alivie dichos puntos.

A continuación, se va a presentar un gráfico general de los mapas de experiencia en el que se puede evidenciar una clara comparativa:

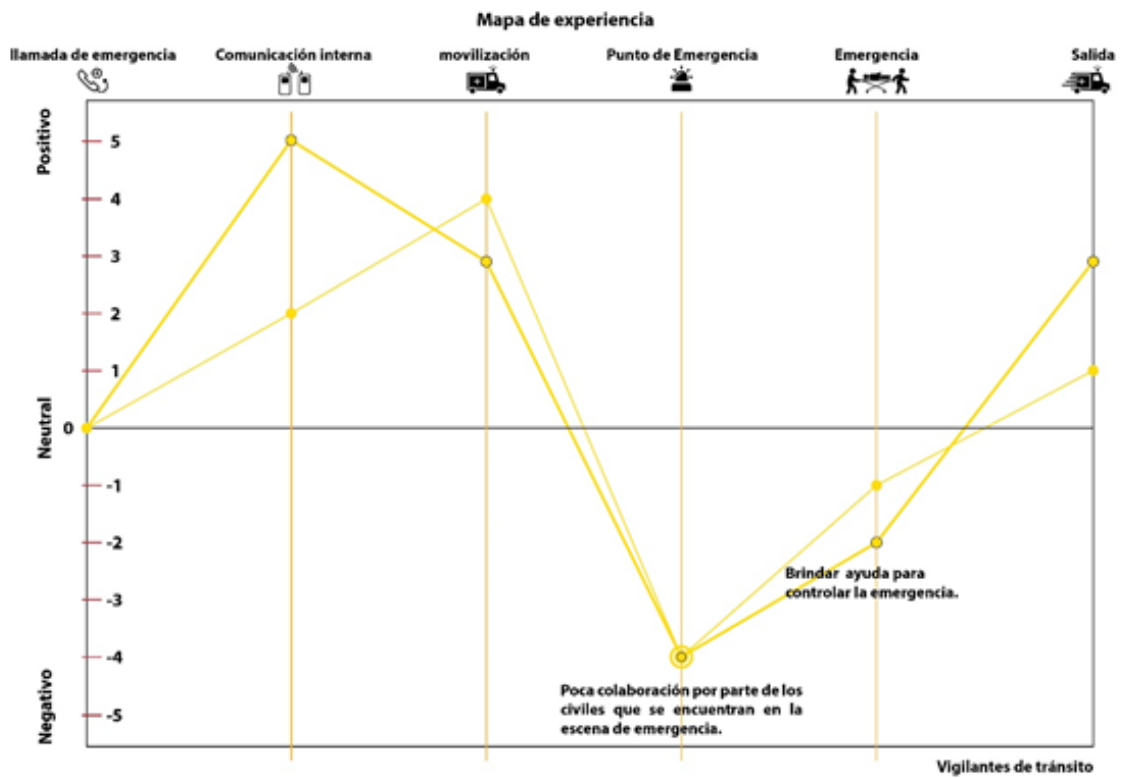


Figura 2.8 Mapa de experiencia 1. Fuente: Autoría Propia

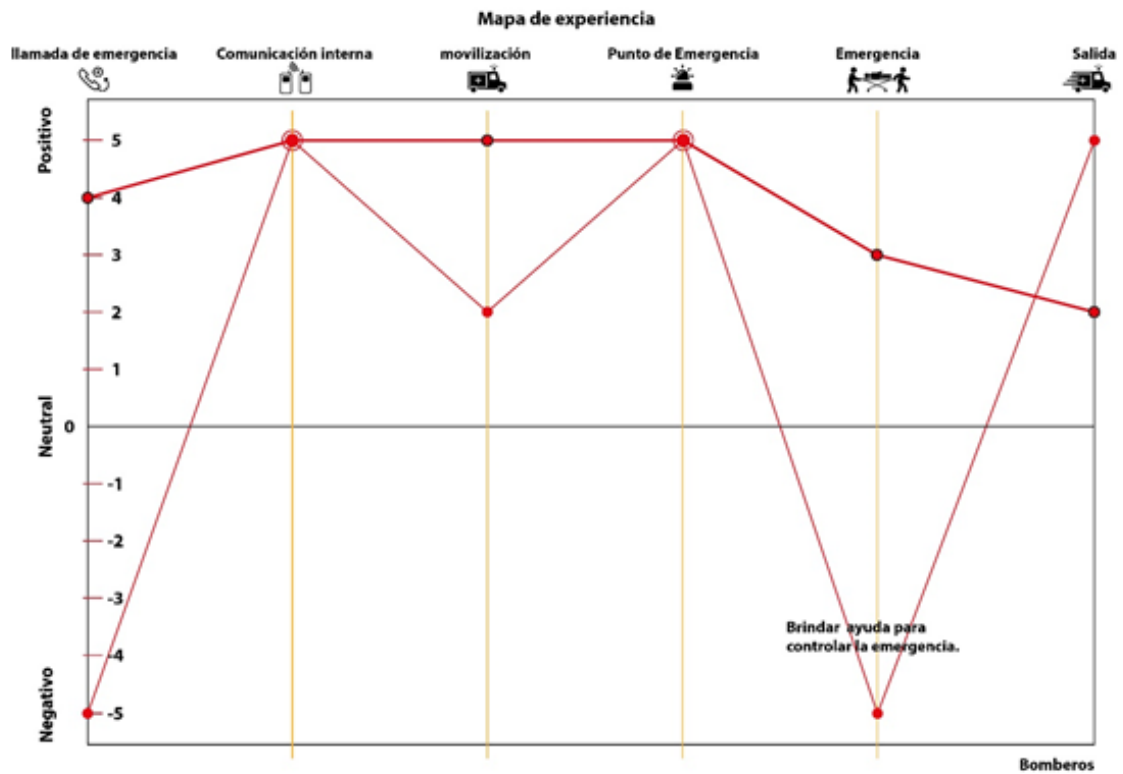


Figura 2.9 Mapa de experiencia 2. Fuente: Autoría Propia

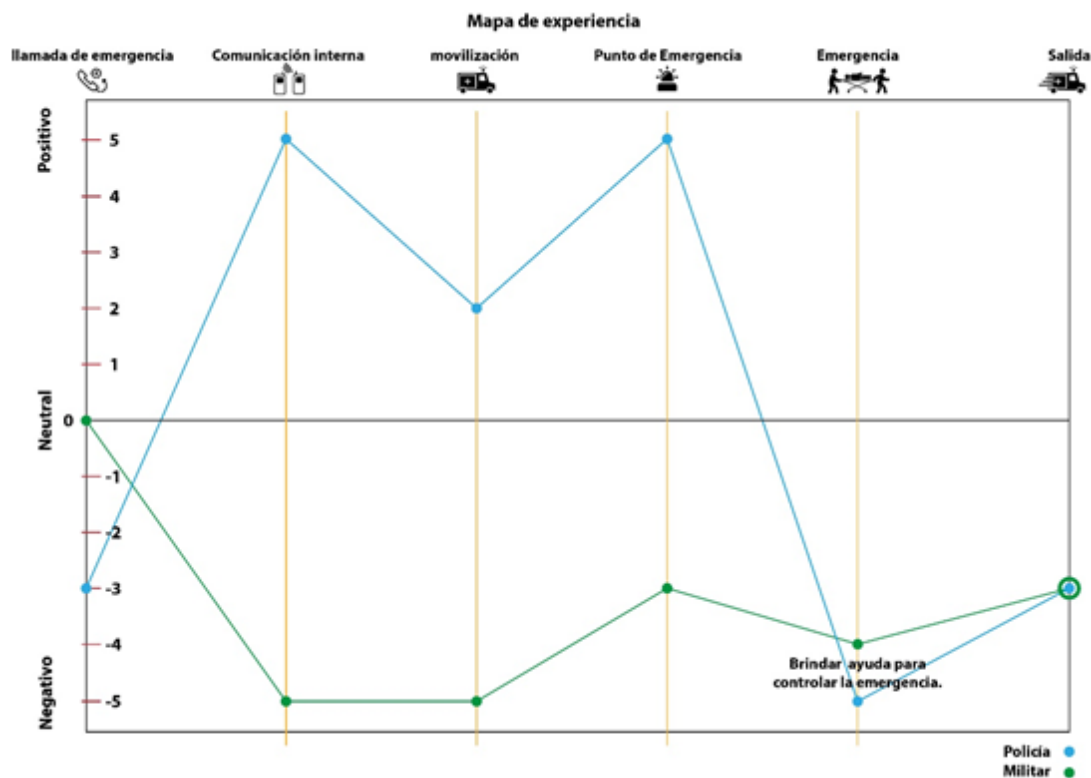


Figura 2.10 Mapa de experiencia 3. Fuente: Autoría Propia

Gracias a este análisis comparativo, se notó que la mayoría de estas personas compartían el mismo punto de dolor, el mismo que destaca que cuando llegan a la escena de la emergencia, encuentran a muchas personas alrededor que no les permiten agilizar la operación de rescate.

Uno de los puntos de dolor que se considera uno de los más graves, es que luego de que estos servidores acuden a ciertas situaciones de emergencia y que muchas veces resultan en completas tragedias, tienen muchos problemas para superar los sentimientos negativos que les dejan, e incluso dijeron que les es muy difícil borrar imágenes de las escenas devastadoras en su cabeza, al punto de robarles el sueño y la tranquilidad.

Otro punto de dolor encontrado, consiste en que algunos cuerpos de emergencia no pueden actuar mucho más allá de lo que su labor los capacite, esto se refleja en una de las entrevistas, donde uno de los bomberos contó una situación en la que un auto se estaba incendiando con personas dentro, pero no podían actuar ante esta situación de emergencia por motivos de que la ley no les permite manipular o ensuciar una escena de emergencia hasta que lleguen todas las autoridades correspondientes.

Estos son los puntos de dolor que se encontraron en el mapa de experiencia y que se pueden tomar como referencia por parte de CONDUESPOL para que puedan poner más énfasis en estas áreas mediante sus cursos de licencia profesional C1.

2.3 Perfil de Usuario y Mapa de Empatía

De igual forma, se desarrolló un perfil de usuario que reforzó la comprensión de nuestro grupo objetivo, destacando tres puntos principales: sus gustos, sus actividades y sus frustraciones.

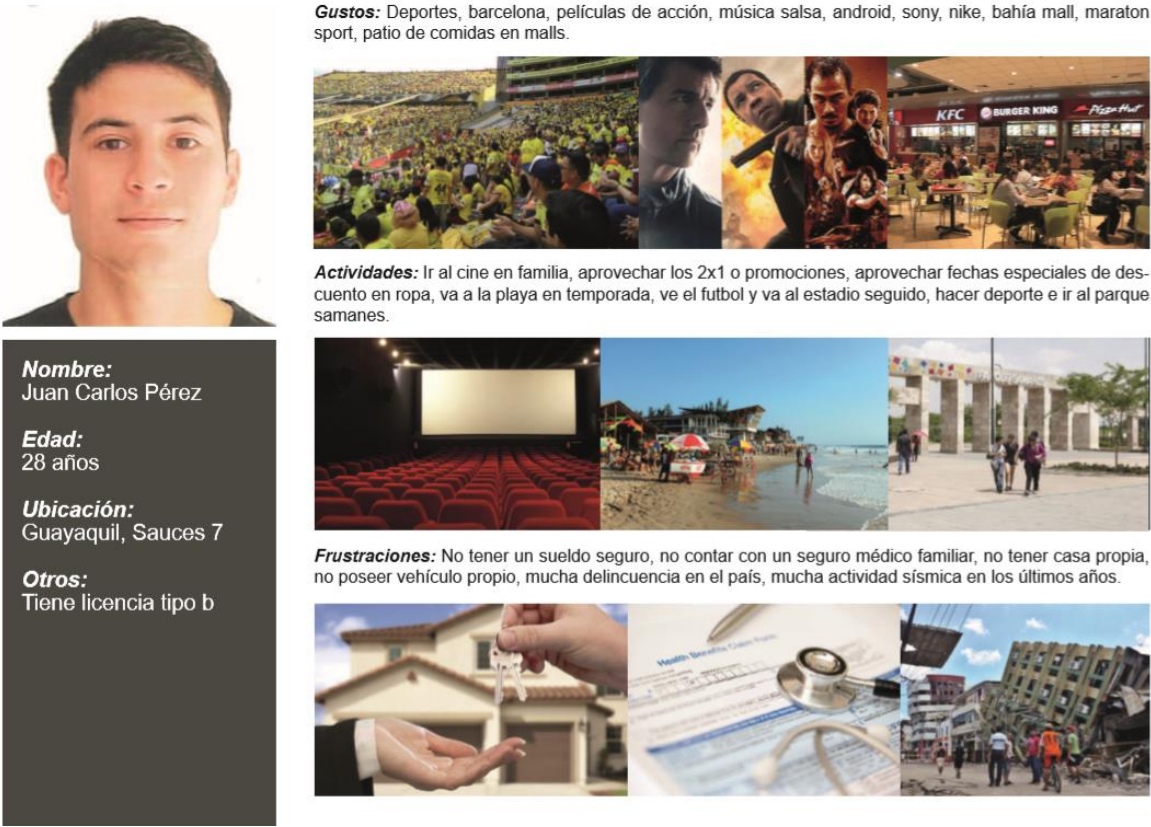


Figura 2.11 Perfil de Usuario. Fuente: Autoría Propia

Posteriormente, se utilizó la técnica del mapa de empatía para observar a través de la perspectiva del usuario ficticio creado previamente y así llegar a entender cuáles son las necesidades y dolores de estas personas, además de comprender el por qué actúan de ciertas formas frente a diferentes situaciones.

2.5 Matriz de Impacto/Dificultad

Esta técnica fue clave para el desarrollo del presente proyecto integrador, ya que nos ayudó a decidir cuál de todas las ideas era la más apropiada para el desarrollo de esta campaña gráfica, considerando siempre la situación y opinión del cliente principal, CONDUESPOL.

Mediante la técnica mencionada anteriormente, lluvia de ideas, se definieron las siguientes ideas o posibles soluciones a nuestra problemática principal. Cada una de ellas fue testeada con la técnica matriz de impacto/dificultad.

2.5.1 Ideas / posibles soluciones

1. Crear un simulador VR o RA donde se muestre una situación de emergencia en la que los usuarios puedan experimentar y actuar ante una emergencia.
2. Idear afiches, preferentemente en primera persona, que simulen una situación de emergencia. Además, realizar un diseño de ambiente para que el usuario se sumerja en el entorno. (crear microvideos para redes sociales)
3. Construir un simulador de maniobras por medio de una app interactiva.
4. Diseñar afiches explicativos sobre la importancia de la licencia profesional tipo C1 (infografías).
5. Implementar capacitaciones online flexibles, para los usuarios que trabajan en servicios de emergencias en jornadas laborales completas.
6. Crear videos explicativos sobre los cursos de la licencia profesional C1, con un asistente virtual.
7. Diseñar afiches usando metáforas enfocados a crear campañas de concientización.

Matriz de Impacto - Dificultad.

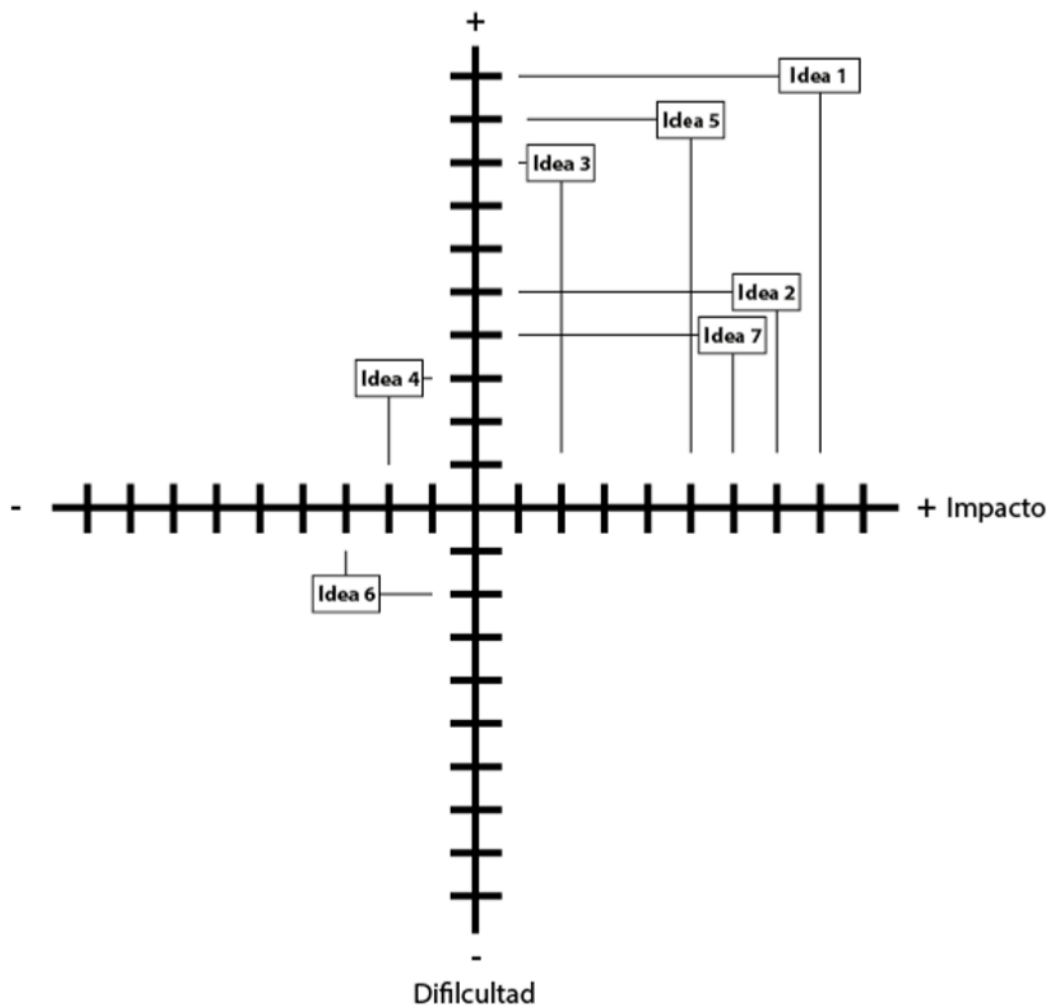


Figura 2.13 Matriz de Impacto - Dificultad. Fuente: Autoría Propia

2.5.2 Observaciones

Impacto/Dificultad de la Idea 1: Realizar VR o RA requiere demasiado tiempo y recursos económicos, tanto para su creación e implementación.

Impacto/Dificultad de la Idea 2: Generar afiches en primera persona y realizar diseño de espacio puede de ser gran impacto, pero se requiere una buena investigación y conocimientos sobre técnicas visuales.

Impacto/Dificultad de la Idea 3: Una app que recree y genere simulación, igualmente requiere de mucho tiempo, pero no genera mucho impacto en los consumidores.

Impacto/Dificultad de la Idea 4: Los afiches explicativos generan menos impacto al ser un medio tradicional.

Impacto/Dificultad de la Idea 5: Realizar una plataforma online requiere bastante tiempo y el público objetivo, a quien va dirigida esta campaña, no están familiarizadas a este tipo de tecnologías.

Impacto/Dificultad de la Idea 6: Realizar videos explicativos no podría resolver las dudas que se le presenten a los estudiantes durante el proceso de aprendizaje, ya que no sería a tiempo real, por lo que no genera mucho impacto.

Impacto/Dificultad de la Idea 7: Los afiches con estilos de metáforas podrían generar un buen impacto en los usuarios, siempre y cuando tengan un enfoque especial.

Finalmente, para elaborar la campaña gráfica se tomaron diferentes referentes de otras campañas destinadas a educación vial y de prevención de riesgos y por medio de los diferentes métodos de estudios ya mencionados se elaboraron diferentes propuestas y conceptos para la campaña gráfica.

Se optó por combinar dos de las ideas que surgieron en la metodología lluvia de ideas, de esta forma se decidió realizar afiches e infografías que permitan comunicar e informar sobre la licencia profesional de tipo C1. Además, las entrevistas que se realizaron al público objetivo fueron clave para dirigir el concepto de la campaña, de esta manera se definió el estilo gráfico y la gama de colores.

2.6 Diseño Final

Para la campaña gráfica se elaboró en una serie de afiches usando un estilo vectorial ya que un estudio argumenta que los espectadores no entrenados en las artes visuales pasan más tiempo mirando las figuras centrales y en primer plano, además de ser atraídos por colores e ilustraciones, enfocándose en objetos y elementos pictóricos el cual permite a los usuarios captar el mensaje de manera más rápida, cada afiche cuenta con mensajes cortos para no aburrir o cansar al lector.

La parte gráfica se tomó como concepto elevar el trabajo de las áreas de rescate y emergencia a un simbolismo heroico, aludiendo y representando que cada persona que maneja vehículos de rescate o emergencia debe estar debidamente capacitado.

Las infografías están ligadas al mismo estilo grafico de los afiches para que sean percibidas como partes de un todo, el contenido de las infografías es de informar acerca de la licencia profesional C1 con un texto resumido de los cursos acompañada de ilustraciones que complementan el texto y tienen un estilo comic para reforzar la idea del héroe C1. Todo se refuerza en el diseño de un Stand que lleva la línea gráfica de los afiches e infografías, el Stand facilitará la comunicación de estos elementos visuales, además esto permitirá a CONDUESPOL manejar de mejor manera el espacio y la exposición del tema.

Los elementos que se tomaron en para armar el diseño de la campaña fueron:

Insight: La mayoría de los ecuatorianos no está preparado para situaciones de emergencias.

Concepto: Las personas que trabajan en los servicios de emergencia son héroes.

Logo: Se utilizaron elementos que ayuden a destacar la licencia C1 por este motivo se creó un escudo representativo que maneja los elementos del rayo que significa poder y la celeridad, esto para representar la acción rápida e inmediata con la a cuentan el personal de las personas q laboran en entidades de emergencia y seguridad.



Figura 2.14 Logo C1. Fuente: Autoría Propia

Colores: el tema de colores que se utilizaron en esta campaña fue la gama de los azules porque está muy ligada con los colores que maneja la entidad de CONDUESPOL, de esta manera se obtiene una conexión directa entre campaña y la empresa, además los

afiches van en un gradiente del color más oscuro de CONDUESPOL hasta el más claro pasando por una escala de gradientes de colores azules.

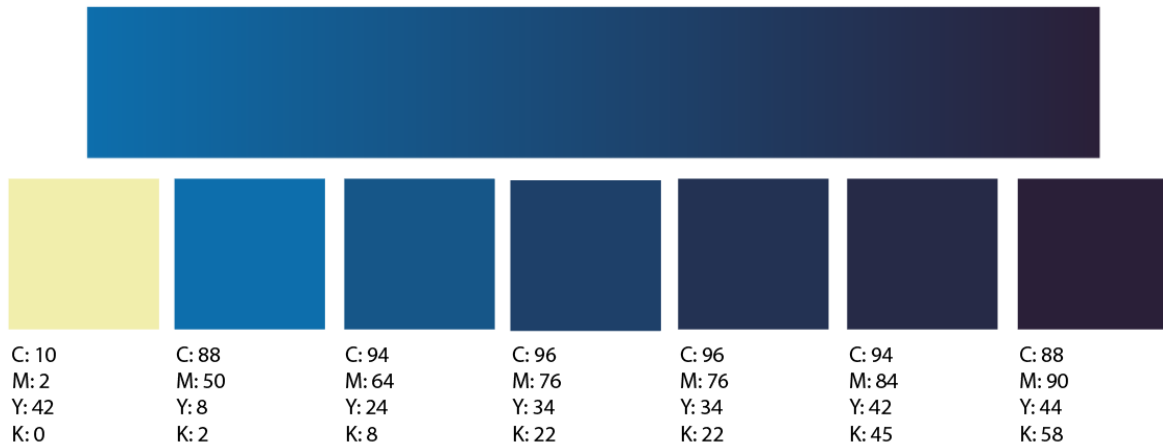


Figura 2.15 Gama de colores. Fuente: Autoría Propia

Tipografía: se utilizó la tipografía Myriad Pro, perteneciente a la familia de tipografía Sans Serif o también conocidas como etruscas, o de palo seco están asociadas a la tipografía comercial ya que son buenas para la impresión de etiquetas y embalajes. Son perfectas para textos cortos pero muy grandes, carteles y titulares. Están especialmente indicadas para visualizaciones en pantallas, quedando legibles en tamaños pequeños (siempre que no sean demasiado largos) y limpias en los grandes.

Según la psicología de la tipografía transmite modernidad, seguridad, alegría y en ciertas ocasiones neutralidad o minimalismo.



Figura 2.16 Campaña Gráfica #ConduEspol_C1_Héroe. Fuente: Autoría Propia



Figura 2.17 Campañas Gráficas #ConduEspol_C1_Héroe. Fuente: Autoría Propia

CAPÍTULO 3

3. RESULTADOS Y ANÁLISIS

La estrategia creativa de la presente campaña gráfica tiene un ciclo de 3 etapas:

La primera etapa consta en comunicar y simbolizar a las personas que trabajan en áreas de rescate como los héroes de campo que son al dedicar su tiempo en ayudar a los demás y a su vez recalcar la importancia de estar debidamente capacitados para conducir este tipo de vehículos en una serie de afiches que contienen mensajes cortos y a su vez posicionando a CONDUESPOL como líder para formar héroes al volante.

La segunda etapa es lanzar una serie de infografías donde se explica que es la licencia profesional C1, las materias y breves descripciones que se dictan en los cursos, además de mostrar por medio de gráficos los vehículos y los diferentes departamentos de emergencia y seguridad al cual va enfocada esta licencia.

La tercera etapa consiste en retribuir a las personas que culminen el curso de licencia profesional C1 con un obsequio para llegar a un estado emocional donde los graduados de esta licencia se sientan orgullosos, capacitados y aptos para ayudar en situaciones emergencia.

La campaña gráfica tendrá dos canales de difusión, una por redes sociales donde se emitirá un post semanal con los afiches creados para impulsar el concepto de #ConduEspol_C1_Héroe creando tráfico en la web donde la principal red social que se utilizará será Facebook, se establecido esta red social como medio principal de difusión porque en la investigación que se realizó en conjunto con el departamento de comunicación de CONDUESPOL, el resultado obtenido fue que por la red social ya mencionada es el medio donde más interacción tiene con su público objetivo para los diferentes cursos de licencia profesional que realiza la empresa, además de publicar afiches con estilo vectorial se postearan infografías para explicar al público que es la licencia profesional C1 y cuáles son los contenidos de los cursos y una breve descripción del contenido que proporciona CONDUESPOL.

El otro medio de difusión estará enfocado en comunicar de forma presencial, participando en ferias o charlas que estén ligadas a la seguridad o prevención de riesgos por lo que se precedió a elaborar un stand y diseño de espacio para captar directamente al público

objetivo instruyendo por medio de breves charlas, además de realizar actividades de algunas materias que se realizan en los cursos de C1 el uso de las infografías elaboradas ayudará a CONDUESPOL a comunicar de manera más ordenada las ventajas de realizar los cursos de esta licencia profesional, otros de los puntos donde se colocaran los afiches serán en paradas de buses y también en bancos militares donde tiene mayor afluencia las personas que están marcadas como nuestro público objetivo para tomar los cursos de C1.

La idea focal de la campaña gráfica es elevar el grado de importancia que tienen las personas que trabajan en entidades de emergencia o rescate, acreditándoles la mención de héroes y para esto se piensa impulsar el movimiento de estar debidamente capacitado para realizar una labor tan importante como la que es ayudar o prevenir accidentes y concientizando a realizar los cursos de esta licencia, además de atraer a personas que laboran en estas áreas como voluntarios.

3.1 Mix de Medios y Presupuesto

Para que la campaña gráfica cumpla con el objetivo general del proyecto es necesario estructurar un plan, para incrementar la rentabilidad de proyecto se debe considerar realizar una inversión en el diseño y en los canales de difusión. La campaña cuenta con la elaboración y difusión de afiches e infografías que se planea ejecutar en redes sociales, aplicando marketing digital para segmentar de manera correcta el horario de difusión de los post y llegar al público objetivo. Además es importante costear el trabajo de forma tangible, por este motivo se implementará una línea de merchandising que va ligada tanto a ConduEspol como a la campaña de #ConduEspol_C1_Héroe, esta parte juega un papel muy importante en la decisión de compra del consumidor, ya que entra directamente por sus ojos, obteniendo su primera impresión y muy posiblemente capturando su atención, para colocarse primero en la mente del mismo, venciendo a la competencia directa, adicional se realizó el diseño de Stand que debe ser costeado para poder transmitir la campaña en tiempo real a través de una activación, en este proyecto la activación de la campaña será el movimiento de C1 Héroe.

Los elementos diseñados para el uso de CONDUESPOL como exposición masiva de la licencia profesional C1, son los presentados anteriormente: redes sociales, afiches, stand, infografías, camisetas, esferos, libretas, gorras, calcomanías y bolsas deportivas.

Todos estos elementos son necesarios la estructura de la campaña, elementos que se complementan entre sí, además de ser ejecutado cada proceso en un tiempo determinado para poder realizar el debido análisis y poder corregir o mejorar la campaña.

Todo el presupuesto necesario para el desarrollo de estos elementos esta resumido en la gráfica que se presentara a continuación:



Figura 3.18 Mix de Medios y Presupuesto. Fuente: Autoría Propia

Con respecto al presupuesto necesario para el desarrollo de esta campaña gráfica, se ha tomado en consideración el hecho de que CONDUESPOL no posee excesivos recursos económicos para dedicar a la inversión del diseño. Es por eso, que se ha decidido utilizar medios de difusión tradicionales, pero no tan costosos. Como lo son el uso de redes sociales, publicidad en exteriores, diseño de stand (utilizado siempre por CONDUESPOL en todas sus ferias) y merchandising. Dichos medios de difusión son los más usados y efectivos para nuestro público objetivo.

La viabilidad económica de este proyecto es garantizada, amigable con el cliente y tecnológicamente factible, diseñada idealmente para el presupuesto que posee CONDUESPOL. Esta inversión, definitivamente, se verá recompensada en un futuro próximo, presentando una mejor aceptación por parte de los servidores del área de

emergencia y seguridad en Guayaquil, siempre asociando en la mente del público objetivo aspectos positivos de la empresa.

CONDUESPOL en general se verá beneficiada y adquirirá una significativa ventaja ante la competencia. En especial, se resuelve la problemática principal, logrando que los cursos de licencia profesional C1 tengan cantidades más grandes de alumnado y aliviando uno de los puntos de dolor del grupo objetivo, educando mediante la campaña gráfica al público en general, resaltando la importancia de que únicamente las personas profesionalmente capacitadas pueden actuar en situaciones de emergencia y que no se debe entorpecer el trabajo de los mismos.

CAPÍTULO 4

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

En conclusión, el presente proyecto integrador ha cumplido con el objetivo general propuesto al inicio del mismo, aportando una propuesta gráfica y creativa, diseñada específicamente para satisfacer las necesidades del grupo objetivo y de CONDUESPOL.

La misma que fue previamente influenciada de casos gráficos internacionales con problemáticas similares, adoptando puntos clave que ayudaron a la resolución de la problemática del cliente. Además de dichos estudios, las diferentes herramientas metodológicas empleadas para conocer mejor al grupo objetivo permitieron identificar las causas de la poca afluencia de alumnado en los cursos de licencia profesional tipo C1 en Guayaquil.

Desarrollando finalmente una campaña gráfica con un concepto creativo y eficaz, que crea conciencia respecto al peso de las responsabilidades que los servicios de emergencia y seguridad poseen. Resaltando las habilidades y destrezas especiales que se necesitan para que el grupo objetivo brinde una asistencia de calidad ante situaciones de emergencia. Motivándolos a capacitarse y ser héroes que realmente salvan la mayor cantidad de vidas en la ciudad de Guayaquil.

En este sentido, se cumple con el objetivo general de incrementar el número de estudiantes en los cursos de conducción profesional de las licencias C1 en CONDUESPOL.

En definitiva, esta es una de las fortalezas del presente proyecto integrador, ya que no sólo habla sobre dichos puestos de trabajo, va más allá, promoviendo un cambio de cultura y pensamiento colectivo en la población en general, para que en el momento en el que se encuentren en una situación de emergencia no entorpezcan las labores de rescate de las entidades dedicadas a los servicios de emergencia y seguridad, más bien, abran paso y permitan que las personas profesionalmente capacitadas puedan brindar su asistencia y así ser héroes de tantas personas como sean posibles. Y así, poco a poco, muchas más entidades públicas y privadas exigirán que su personal esté debidamente capacitado para operar los vehículos de emergencia y seguridad,

recordando siempre que estos trabajos, tienen bajo su poder la vida y la seguridad de muchas personas dentro de la ciudad de Guayaquil.

Actualmente, uno de los puntos negativos de este tipo de campañas es no focalizar bien el entorno donde será ejecutada la propuesta, esto puede generar perdida para la entidad involucrada. Para esto se debe conocer a profundidad el tema, así como también conocer al público objetivo. Colocar los afiches o las infografías al azar por toda la ciudad no ayudará a llegar a las personas correctas. Por otro lado, se tiene que tener cuidado cuando una campaña gráfica tiene 2 medios de difusión, no se debe descuidar los canales de distribución. Además, como desventaja tenemos el uso del hashtag en Facebook que no cuenta con el mismo impacto que genera Twitter el uso de hashtag tiene como finalidad generar tráfico en la red.

4.2 Recomendaciones

Después de realizar las diferentes metodologías de estudios para conocer mejor el problema y el público objetivo, encontramos algunos puntos de dolor que podría tomar en cuenta CONDUESPOL, uno de los temas que más que tuvieron en común los entrevistados fueron las escenas post traumáticas que viven los trabajadores de entidades de emergencia y control de seguridad, actualmente CONDUESPOL no cuenta con un curso de ayuda psicológica post traumas, pero sería de mucha ayuda para los estudiantes de los cursos C1 recibir un curso basado en lo ya mencionado.

CONDUESPOL podría utilizar las metodologías de estudio que se llevó a cabo en este proyecto para comunicar o promocionar los demás cursos tipos de licencias profesionales que realiza. Además, se recomienda seguir utilizando un estilo vectorial para establecer una línea grafica constante.

Se deben realizar acuerdos con diferentes entidades de rescate y seguridad para realizar charlas constantes sobre la importancia de estar debidamente capacitados para situaciones de riegos y tomar el curso correspondiente de la licencia profesional de tipo C1, de esta manera CONDUESPOL será referencia en forjar un personal altamente capacitado.

BIBLIOGRAFIA

ECU 911. (2017). Informe De Gestión Del Servicio Integrado De Seguridad ECU 911. Accedido el 1 de Junio, 2019 desde: <https://www.ecu911.gob.ec/wp-content/uploads/2017/06/InformeDeGestionECU911baja.pdf>

Panchi Pallo marcela F. (2014) Estudio de factibilidad para incrementar la oferta de cursos de conducción profesional de las licencias tipo a1, c1, d1, e1, g, e, y no profesional licencias tipo a, b y f", para ampliar el mercado de la escuela de conducción profesional de la espe extensión latacunga, en la provincia de cotopaxi. Universidad de las Fuerzas Armadas. Accedido el 1 de junio, 2019 desde: <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/9130/1/T-ESPEL-CAI-0396.pdf>

Secretaría De Gestión De Riesgos. (2018). Plan Nacional De Respuesta Ante Desastres. Accedido el 1 de Junio, 2019 desde: <https://www.gestionderiesgos.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/08/Plan-Nacional-de-Respuesta-SGR-RespondeEC.pdf>

Reyna Sandoval Antonny B. (2019) ¿Seguridad en las vías?: situación actual de la regulación y control de los choferes en Ecuador. Universidad de las Américas. Accedido el 1 de junio, 2019 desde: <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/10993>

FAO. (2010). En Tierra Segura: ECUADOR. Accedido el 1 de Junio, 2019 desde: <http://www.fao.org/3/i1255b/i1255b02.pdf>

INEC. (2017). Reconstruyendo Las Cifras Luego Del Sismo, Memorias. Accedido el 1 de Junio, 2019 desde: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Libros/Memorias%2013%20abr%202017.pdf>

Últimas Noticias. (2018). Cruz Roja enseña a manejar la ambulancia. Accedido el 1 de Junio, 2019 desde: <https://www.ultimasnoticias.ec/las-ultimas/cruzroja-ensena-manejar-ambulancia-curso.html>

Ministerio Del Interior. (2018). Conductores de Vehículos de Emergencia reciben capacitación del SIAT en Cuenca. Accedido el 1 de Junio, 2019 desde: <https://www.ministeriointerior.gob.ec/conductores-de-vehiculos-de-emergencia-reciben-capacitacion-del-siat-en-cuenca/>

Fleishman Hillard. (2018). It Can Wait – The Power of a Movement. Accedido el 1 de Junio, 2019 desde: <https://fleishmanhillard.com/work/att-can-wait-power-movement/>

AT&T. (2018). It Can Wait. Accedido el 1 de Junio, 2019 desde:

https://www.itcanwait.com/assets/downloads/en/It_Can_Wait_Corporate_Advocate_Final.pdf

AT&T. (2018). It Can Wait. Accedido el 1 de Junio, 2019 desde:

https://www.itcanwait.com/assets/downloads/en/ICW_Poster.pdf

BBDO Bangkok, Thailand (2010) Sleepiness is stronger than you. Accedido el 1 de Junio, 2019 desde: https://www.adsoftheworld.com/media/print/thaihealth_bike

Ecovia (2012) Stop the Violence, Don't drink and drive. Accedido el 1 de Junio, 2019 desde: https://www.adsoftheworld.com/media/print/ecovia_stop_the_violence_dont_drink_and_drive

Open Englis (2018) Accedido el 1 de Junio, 2019 desde:

<https://www.openenglish.com/prensa/tv/>

MGEU. (2017). Ready for Anything: MGEU Unveils Paramedic Professionals Campaign. Accedido el 1 de Junio, 2019 desde: <https://www.mgeu.ca/news-and-multimedia/news/read,article/1525/ready-for-anything-mgeu-unveils-paramedic-professionals-campaign#sthash.fvGEg8fK.dpbs>

MGEU. (2017). Manitoba Paramedic Professionals: Ready for Anything. Accedido el 1 de Junio, 2019 desde: <https://www.mgeu.ca/paramedics/>

SAGE. (2017). Por qué conocer mejor a tus clientes. Accedido el 1 de Junio, 2019 desde: <https://www.sage.com/es-es/blog/por-que-conocer-clientes/>

Megias, J. (2013). Un mapa de la experiencia del cliente: Costumer Journey Map. Accedido el 1 de Junio, 2019 desde: <https://javiermegias.com/blog/2013/04/customer-journey-map-mapa-experiencia-cliente/>

El Universo (2017). Tarifas publicitarias: Accedido el 1 de Junio, 2019 desde:

<https://www.eluniverso.com/publicidad/tarifas.htm>

