

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

EDCOM

INFORME DE MATERIA DE GRADUACIÓN

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN DISEÑO Y PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL**

TEMA:

**DOCUMENTAL SOBRE
“LA VIOLENCIA INTRAFAMILIAR”**

AUTORES

**XIOMARA VIRGINIA VILLÓN PILCO
JOSÉ ANDRÉS FIERRO FIERRO
SANDRA BETZABETH MALDONADO LÓPEZ**

DIRECTOR

LCDO. ALEX ESPINOZA

AÑO

2010

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por darme fortaleza para nunca rendirme, a mi mamá por el apoyo en mi educación y los valores inculcados, A mis profesores quienes en el transcurso de mi vida me han brindado el saber, a mis amigos que tanto aprecio, gracias a todos ellos por confiar en mí, y permitirme formarme como una profesional.

A mi Dios, mi luz y mi guía en todo momento en especial agradezco a mi familia, pilar fundamental que me ha sustentado en la lucha tesorera para alcanzar mis ideales. A todos quienes de una u otra manera con su apoyo, me han permitido culminar esta meta muy ansiada de ser un orgulloso profesional.

En todo momento de mi vida está presente y hoy más que nunca le agradezco a Dios por cada mañana que alumbra mi existir y por la paciencia, infinitamente agradezco con amor a mis padres que día a día lucharon por brindarme una buena educación y por estar ahí siendo el motor de mi vida, cerrando mis ojitos le doy gracias a un ser maravilloso que se fue al cielo con la ilusión de verme alcanzar este triunfo, sin olvidarme también del grupo de amigos(as) que durante todo este tiempo compartimos risas ,sueños y ahora logrando llegar a esta meta. Con mucho amor agradezco a todos ellos.

*Xiomara Virginia Villón Pilco
José Andrés Fierro Fierro
Sandra Betzabeth Maldonado López.*

DEDICATORIA

A todas ellas, para que puedan encontrar su vida, y lleguen a valorarse como lo que son MUJERES, seres valiosos, fuertes y únicos, capaces de sacrificar todo y dar todo por amor.

A los que permitieron que este proyecto se lleve a cabo, gracias por la infinita confianza de todos, nuestros padres, compañeros y amigos por su apoyo incondicional.

DECLARACIÓN EXPRESA

La responsabilidad del contenido de este Trabajo Final de Graduación, nos corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la Escuela Superior Politécnica del Litoral.

AUTORES

XIOMARA VIRGINIA VILLÓN PILCO

JOSE ANDRES FIERRO FIERRO

SANDRA BETZABETH MALDONADO LOPEZ

DIRECTOR DE TESIS

LIC. ALEX ESPINOZA

Director del Proyecto.

DELEGADO

RESUMEN

Se entiende por **familia** a aquel grupo de personas con vínculos que puedan ser consanguíneos, de convivencia o afectivos.

“La violencia intrafamiliar o violencia doméstica puede definirse como una situación de abuso de poder o maltrato físico o psicológico, de un miembro de la familia sobre todo. Puede manifestarse a través de golpes e incidentes graves, como también insultos, manejo económico, amenazas, chantajes, control de las actividades, abuso sexual, aislamiento de familiares y amistades, prohibición a trabajar fuera de la casa, abandono afectivo, humillaciones o no respetar las opiniones.”¹

Actualmente existen un sin número de agresiones intrafamiliares, solamente en Guayaquil, reflejan los estudios efectuados que en el transcurso de Enero hasta Septiembre, se presentaron 4.055 denuncias de mujeres agredidas la cual representan un 95% en el total.

Este proyecto presentará testimonios reales de personas involucradas, especialistas y otros capaces de poder resolver problemas de esta magnitud; además de mostrar la información proporcionada por instituciones que ofrecen este tipo de ayudas sociales.

El documental captará las consecuencias generadas por este tipo de agresión intrafamiliar, para crear conciencia tanto en las entidades especializadas como en las personas involucradas, con el fin de mejorar la comunicación intrafamiliar.

1. <http://www.monografias.com/trabajos59/antecedentes-historicos-violencia-familiar/antecedentes-historicos-violencia-familiar.shtml>

INDICE GENERAL

1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....	2
1. 1 GENERALIDADES.....	2
1. 2 ANTECEDENTES.....	4
1.2.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS	4
1.3 IMPORTANCIA DEL ESTUDIO.....	6
1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	7
1.4.1 OBJETIVOS GENERALES	7
1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	7
2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	9
2.1 PERSPECTIVA DE LA INVESTIGACIÓN	9
2.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
2.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO	11
2.4 PERFIL DEL CONSUMIDOR Ó PÚBLICO OBJETIVO	11
2.5 PLAN DE MUESTREO	12
2.5.1 DISEÑO DE MUESTRA.....	12
2.5.2 TAMAÑO DE LA MUESTRA	13
2.5.3 DISEÑO DEL CUESTIONARIO.....	15
2.5.4 MODELO DE ENCUESTA	16
2.6 PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS	19
2.6.1 INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	19
2.6.2 CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN	34
3. PLAN DE MARKETING	36
3.1 ANTECEDENTES.....	36
3.2 OBJETIVOS.....	37
3.3 ANÁLISIS ESTRÁTEGICO	37
3.3.2 PIEZAS PUBLICITARIAS	37
3.4 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	38
3.5 MERCADO META	38
3.6 POSICIONAMIENTO	38
3.7 MARKETING MIX.....	39
3.7.1 INTRODUCCIÓN	39
3.7.2 PRODUCTO.....	39
3.7.3 PROMOCIÓN.....	39

3.7.4 PLAZA	40
3.7.5 PRECIO	40
4. ESTUDIO TÉCNICO	42
4.1. GUÍA DE ESTILO PARA APLICACIONES GRÁFICAS.....	42
4.1.1 INTRODUCCIÓN	42
4.2 APLICACIÓN PARA PRENSA Y REVISTA	43
4.3 APLICACIÓN PARA VÍA PÚBLICA	45
4.4 APLICACIONES PARA WEB	48
4.5 TIEMPO DEL PROYECTO	49
4.6 EQUIPO TECNICO	50
5. EQUIPO DE TRABAJO DEL PROYECTO	52
5.1 TRABAJADORES POR ÁREA	52
5.1.1 PERSONAL DEL ÁREA DE ADMINISTRACIÓN.....	52
5.1.2 PERSONAL PARA LA REALIZACIÓN DEL PRODUCTO	52
5.2 ORGANIGRAMA	55
6. ESTUDIO FINANCIERO.....	57
6 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN, COSTOS Y GASTOS.....	57
6.1 PRESUPUESTO GENERAL.....	58
6.2 COSTOS DE MEDIOS DE INVESTIGACION	59
6.3 COSTOS DE VIATICOS.....	60
6.4 COSTOS DE E1UIPO DE TRABAJO Y DE REALIZACION	61
6.5 COSTOS DE PRODUCCION Y LOCACION	62
6.6 MATERIALES A USAR.....	63
6.7 COSTO DE POSTPRODUCCION	64
6.8 COSTO MATERIAL PROMOCIONAL	65
6.9 COSTO MUESTRA MATERIAL	66
6.11 FLUJO DE CAJA	67
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	70
7.1 CONCLUSIONES	70

7.2 RECOMENDACIONES 70

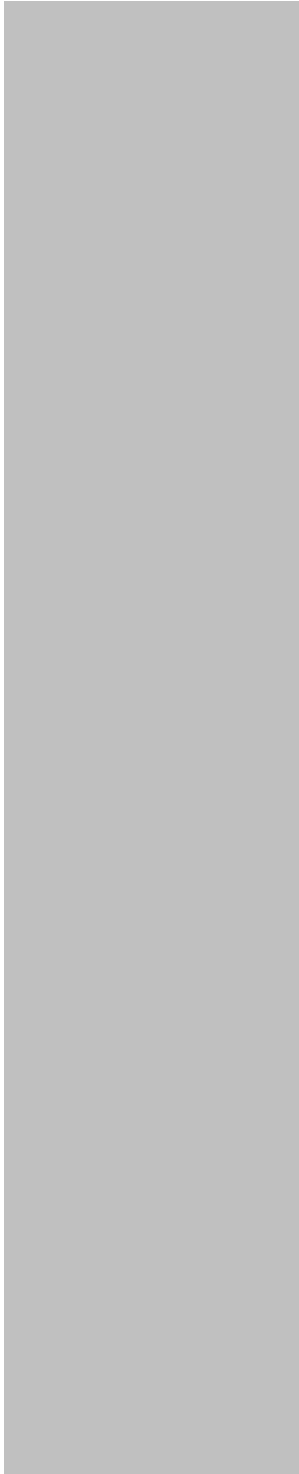
ANEXOS..... 72

INDICE DE FIGURAS

Figura 2.1: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 1.....	19
Figura 2.2: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 2.....	20
Figura 2.3: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 3.....	21
Figura 2.4: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 4.....	22
Figura 2.5: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 5.....	23
Figura 2.6: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 6.....	24
Figura 2.7: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 7.....	25
Figura 2.8: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 8.....	26
Figura 2.9: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 9.....	27
Figura 2.10: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 10.....	28
Figura 2.11: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 11 y 12.....	29
Figura 2.12: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 13.....	30
Figura 2.13: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 14.....	31
Figura 2.14: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 15.....	32
Figura 2.14: Gráfico estadístico de resultados	33
Figura 4.1: Afiche documental	42
Figura 4.2: Aplicación para Prensa 1/4 en medios impresos	43
Figura 4.3: Aplicación para Revista.....	44
Figura 4.3: Gigantografías	45
Figura 4.5: Montaje Valla Publicitaria.....	46
Figura 4.6: Paleta Publicitaria.....	47
Figura 4.7: Aplicaciones en Web - Grupo Facebook.....	48
Figura 4.8: Publicidad en Facebook.....	49
Figura 5.1: Organigrama de trabajo.....	55

INDICE DE TABLAS

Tabla 6.1: Tabla de costos por Presupuesto general	59
Tabla 6.2: Tabla de costos en Medios de investigación	60
Tabla 6.3: Tabla de costos Viaticos	61
Tabla 6.4: Tabla de costos por Equipo de trabajo y Realización	62
Tabla 6.5: Tabla de costos por Promoción en locación	63
Tabla 6.6: Tabla Materiales a Usar	64
Tabla 6.7: Tabla de costos por Postproducción	65
Tabla 6.8: Tabla de costos en Material Promocional	66
Tabla 6.9: Tabla de costos en Muestra del material	67
Tabla 6.11: Tabla de Flujo de Caja	68



CAPÍTULO 1 **DESCRIPCIÓN DEL** **PROYECTO**

1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

1.1 GENERALIDADES

Significación etimológica de violencia familiar.¹

Según los estudios del *Dr. Lizardo Alzamora* "La palabra familia, que viene de fámulas (esclavo ó servidor), según el vocablo osco, famel, tenía en Roma diversas acepciones, correspondientes á las distintas fases de esta institución en aquel pueblo. Indicaba en efecto:

1. La reunión de todas las personas sometidas á la potestad de un solo jefe, único sui juris en ella, y que tenía el título de *pater familias*. La mujer podía llegar también á ser *mater familias*, pero sin ninguna autoridad sobre sus descendientes. En este sentido la familia estaba constituida por los esclavos, sobre quienes el pater familias ejercía la potestad dominica; por los hijos de éste cualquiera fuese su edad y condiciones personales, y sus descendientes varones, sometidos á su patria potestad; por su mujer, sobre quién ejercía, en ciertos casos, el poder marital ó poder manus, y los hombres libres adquiridos en mancipación su poder mancipio.

2. Entre los *alieni juris* de la familia había algunas que no estaban ligados á su jefe sino por los vínculos de propiedad, como los esclavos y los hombres en mancipio, y otros que se unían con él y entre sí por los lazos de parentesco civil, llamado agnación. La mujer y los hijos, ya fuesen legítimos, legitimados ó adoptivos, propiedad del pater familias, eran sus agnados y también entre sí, es decir parientes según el derecho civil. La palabra familia designaba, pues, en sentido, más limitado que el anterior, pero de uso más frecuente: el conjunto constituido por las personas del **pater familias, su mujer y sus hijos.**

3.- También designaba la palabra familia el vínculo de agnación civil indestructible que aún después de la muerte del que fue su jefe único, seguía uniendo á las diversas familias en que, por causa de dicha muerte, se subdividía la primitiva y común, bajo la patria potestad de cada uno de los hijos que se hicieran *sui-juris*, y en las que se consideraba á cada uno de los nuevos individuos que nacían."

La etimología de violencia, proviene de *coertio o coacción*, que para el jurista **Miguel Reale** significa "violencia física o psíquica que puede ser hecha contra una persona o grupo de personas".

La violencia familiar, es llamada bajo muchas acepciones, la Enciclopedia

Encarta nos da un concepto un tanto simple y vago de la Violencia Familiar y es el siguiente:

"actos violentos cometidos en el hogar entre miembros de una familia".

En la década de 1970 las feministas analizaron el alcance de la violencia familiar (considerada como un fenómeno exclusivamente masculino) y se crearon

centros de acogida y de ayuda para las mujeres maltratadas y para sus hijos. La violencia familiar también está relacionada con los niños maltratados (muchas veces, aunque no siempre, por abuso sexual) y con acciones verbales y psicológicas que pueden ser cometidas tanto por mujeres como por hombres.

Algunos autores buscan el origen de los conflictos subyacentes a la violencia familiar en las rutinas del hogar adaptadas a una fuerza de trabajo exclusivamente masculina, que ha dejado de monopolizar los ingresos económicos de la familia con la incorporación de la mujer al trabajo, la pobreza y la escasa movilidad social.

1.- <http://www.monografias.com/trabajos35/violencia-familiar/violencia-familiar.shtml>

1. 2 ANTECEDENTES

1.2.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS

En la década de 1970 las feministas analizaron el alcance de la violencia doméstica (considerada como un fenómeno exclusivamente masculino) y se crearon centros de acogida y de ayuda para las mujeres maltratadas y para sus hijos. La violencia doméstica también está relacionada con los niños maltratados (muchas veces, aunque no siempre, por abuso sexual) y con acciones verbales y psicológicas que pueden ser cometidas tanto por mujeres como por hombres.

Algunos autores buscan el origen de los conflictos subyacentes a la violencia doméstica en las rutinas del hogar adaptadas a una fuerza de trabajo exclusivamente masculina, que ha dejado de monopolizar los ingresos económicos de la familia con la incorporación de la mujer al trabajo, la pobreza y la escasa movilidad social.

A lo largo de la historia, el patriarcado, según el movimiento feminista, ha puesto el poder en manos de maridos y padres en cualquier relación conyugal o de pareja. El suttee entre los hindúes (que exige que la viuda se ofrezca en la pira funeraria de su marido), el infanticidio femenino en la cultura china e india dominadas por hombres, los matrimonios concertados entre los musulmanes, que pueden llevar al asesinato o a la tortura de la mujer, y la esclavitud doméstica en el nuevo hogar indican la presencia endémica de sexismo y violencia doméstica masculina.

Se desconoce si este tipo de violencia es un fenómeno en alza o en baja, incluso en países donde hoy existe un mayor número de denuncias y de registros que en épocas anteriores. Por un lado, es probable que haya una mayor predisposición a denunciar estos hechos al existir una mayor independencia femenina, más oportunidades de trabajo fuera del hogar, mayor conciencia feminista y más posibilidades de anticoncepción. Por otro lado, la motivación para la violencia es menor al existir una mayor libertad de elección de compañero, menos matrimonios forzados y una mayor emancipación de la mujer en cuanto a propiedad, estudios y divorcio.

Ninguno de estos elementos puede ser evaluado con exactitud. La tecnología de la información actual ayuda a recopilar datos, pero en cambio resulta difícil conocer los procesos y los antecedentes. Algunas feministas radicales opinan que es la familia la raíz del problema y que la solución está en liberarse del hombre, mientras que en el

extremo opuesto otros opinan que la mujer debe limitarse a su papel de ama de casa y madre.

1.3 IMPORTANCIA DEL ESTUDIO

Se realizará este documental con el fin de informar a la sociedad de los problemas que se encuentran en la ciudad de Guayaquil, siendo este un tema muy importante pero no tomado en cuenta.

La Violencia Intrafamiliar no es algo que los medios de comunicación han pulido tanto de información, el proyecto se desarrollará con el fin de aportar con información y concientizar a la humanidad y así obtener resultados positivos.

1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO

1.4.1 OBJETIVOS GENERALES

Presentar la violencia intrafamiliar causada por el “machismo” con la agresión psicológica y física hacia la mujer, por medio de un documental logrando así concientizar a las personas de las consecuencias de la actitud machista y no permitir que esto siga ocurriendo.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Mostrar los niveles de agresión.
- Informar sobre la agresión psicológica
- Disminuir la desigualdad de los géneros.
- Disminuir la violencia intrafamiliar.
- Mostrar la agresión hacia la mujer y el niño.
- Mejorar e incrementar los conocimientos acerca del tema.
- Distribuir información acerca de los derechos de la mujer y del niño.
- Fomentar una mejor cultura e instruir a los medios del país, empezando por sensibilizar a la sociedad.



CAPÍTULO 2 **INVESTIGACIÓN DE** **MERCADO**

2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2.1 PERSPECTIVA DE LA INVESTIGACIÓN

El proyecto se realiza para erradicar la violencia intrafamiliar debido al “machismo”, respetando los derechos de las mujeres y la familia para lograr tener una vida libre de agresiones físicas, psicológicas y que no sigan siendo discriminadas en todo momento, porque de antemano se tiene en cuenta que es una costumbre, pero es posible concientizar a la población de distintos géneros sexuales, respecto a lo negativo de la misma, exponiendo el tema y dejando a la luz todas sus repercusiones y secuelas que éste deja, y los motivos por los que la mujer lo permite. Enfocando el problema y dando soluciones, especialmente promover nuevas expectativas hacia la mujer siendo ella la más afectada ya que los medios de comunicación tratan los temas de manera superficial aún enfatizar las consecuencias de cada uno de ellos.

- La violencia intrafamiliar en el hogar, afecta a la mayoría de los miembros que la integran, los niños siendo testigos de la violencia, y de allí se derivan múltiples problemas, a los que afectan la conducta de manera negativa, desfavorable ante la sociedad y la familia, como por ejemplo; en los niños de la calle, prostitución, bajo rendimiento escolar, poco respecto a la familia.
- En el trabajo: las oportunidades de desarrollo que no se les brinda o se les impide, a las mujeres
- En lo personal: las características nada agradables del “machismo”, conllevan a la agresión física o psicológica por parte del hombre.

2.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Según las estadísticas dada por el abogado Luis Flores Moreira, encargado de la Comisaría de la Mujer y la Familia # 2,4 y de las estadísticas obtenidas por la Fundación “María Guare”, en la Ciudad de Guayaquil el 95% de los casos de agresión psicológica y física se dan del hombre hacia la mujer y solo el 5% es de la mujer hacia el hombre. En lo que va del año hay más de 4.055 denuncias de Enero hasta Septiembre.

Los tipos de actos considerados como parte de la violencia intrafamiliar, con frecuencia son los *golpes o incidentes graves, insultos, manejo económico, amenazas, chantajes, control de actividades, abuso sexual, aislamiento, prohibición de trabajar fuera de casa, abandono afectivo, humillación y no respeto de opiniones,*¹ dejando secuelas físicas, psicológicas y sexuales a todas aquellas personas que han sufrido esta agresión, considerada también como “machismo” y que la mayoría de las mujeres callan o no se atreven a denunciar a sus agresores, por temor a recibir una represalia, por vergüenza o por tratar de mantener su hogar.²

Los registros de la Comisaría de la Mujer y la Familia # 4, indican que el mayor factor que se da para la agresión física, es la infidelidad, seguido de lo económico *“esto quiere decir que en los hogares de clase baja no hay un desarrollo para la mujer por lo tanto solo se dedica a las labores domésticos, por lo que el hombre es el único proveedor de la familia. Esto refleja las pocas oportunidades que tienen las mujeres de bajos recursos para poder desarrollarse profesionalmente pero, gracias a la muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil que esta brinda orientación hacia la mujer y esta salga de ese ambiente logrando desarrollarse independientemente”*.³

1.- Art. 7-8-9 Reglamento general de la Ley contra la Violencia a la Mujer y la Familia.

2.- Publicación “Fundación María Guare”

3.- Abg. Luis Flores Moreira encargado de la Comisaría de la Mujer y la Familia # 4

2.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Lo que buscamos con esta investigación es lo siguiente:

- Averiguar en nuestra sociedad el grado de conocimientos de los tipos de violencias que existen.
- Definir, en base al target, una gráfica que sea apropiada para una mejor transmisión del mensaje.
- Analizar el tema desde el punto de vista de especialistas.

2.4 PERFIL DEL ENCUESTADO Ó PÚBLICO OBJETIVO

Al ser éste un desarrollo de un Documental tenemos como perfil consumidor a un público que necesita ser concientizado, el target se enfocará en la familia con ciertos pensamientos, baja autoestima, falta de información y educación acerca del tema.

- **SEXO**
 - Hombre
 - Mujer
- **EDAD**
 - Desde los 15
- **ACTIVIDAD**
 - Cualquier tipo.

2.5 PLAN DE MUESTREO

2.5.1 DISEÑO DE MUESTRA

Para determinar el tamaño de la muestra, se ha tomado la información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador INEC, basándose en las Proyecciones de Población 2001 – 2009 del Censo de Población y Vivienda, en la ciudad de Guayaquil existen 2'039.789, de los cuales se tomara en cuenta a 1'440.130 personas destacando un rango de edad desde los 15 años hasta la tercera edad.

Población Cantón Guayaquil	2'039.789
Población Área Urbana Cantón Guayaquil Población desde los 15 años en adelante	1'440.130

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

2.5.2 TAMAÑO DE LA MUESTRA

Población Área Urbana Cantón Guayaquil Población desde los 15 años en adelante	1'440.130
---	-----------

Con el fin de establecer el número de encuestas a realizar se ha decidido trabajar con un nivel de confianza del 95% y un grado de significancia del 5%. Dado que no se encuentra con información estadística relevante de Estudios previos realizados se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{N \cdot e^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

n → es la incógnita

N → representa nuestro universo

p → representa las posibilidades de éxito

q → representa las posibilidades de fracaso

Z → representa la confiabilidad del proyecto

e → representa el margen de error

Cifras con porcentaje de riesgo

n = ?

N = 1'440.130

p = 60%

q = 40%

Z = 95%

e = 5 %

Cifras para calcular

n = ?

N = 1'440.130

p = 0.6

q = 0.4

Z = 1.96

e = 0.05

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot 0.6 \cdot 0.4 \cdot 440130}{(440130) \cdot 0.05^2 + (1.96)^2 \cdot 0.6 \cdot 0.4}$$

$$n = \frac{(1.92)^2 \cdot 0.24 \cdot 440130}{(440130) \cdot 0.0025 + (1.92)^2 \cdot 0.24}$$

$$n = \frac{1354874,304}{3601,2466}$$

$$n = 376.22$$

$$n = 377$$

El tamaño de la muestra fue de 377 personas y su distribución fue en el NORTE, SUR, CENTRO, ESTE y OESTE de la ciudad de Guayaquil.

2.5.3 DISEÑO DEL CUESTIONARIO

La encuesta debe permitir:

- Identificar el grupo objetivo al que va ser dirigido el documental.
- Conocer la problemática de manera más profunda en la sociedad.
- Obtener información para plantear medios estratégicos de defunción del proyecto para que sean claras y efectivas hacia la sociedad.
- Definir cuáles podrían ser las debilidades del proyecto.



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL

ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

Encuesta:

“Campaña contra la violencia intrafamiliar y sus consecuencias”

El objetivo de la presente encuesta, es conocer casos de violencia existentes hacia mujeres y niños en el hogar, y la percepción que éstos tienen de su gravedad e incidencia.

Partiendo de las nociones básicas que tiene cada individuo respecto al tema y de las posibles agresiones de las cuales haya sido objeto, se desea que el encuestado reconozca los tipos de agresiones, sean Físicas, Psicológicas y Sexuales.

Las autoridades son uno de los principales medios para combatir la violencia doméstica, por lo que se hace referencia a ella en esta encuesta, para conocer que tanto han hecho para resolver este grave problema.

¿Sabías que 42 mujeres sufren agresiones cada día?¹

¿Sabías que por las calles recibes Violencia psicológica y no piropos?

Estamos seguros que sus respuestas serán de gran aporte para nosotros, por lo que agradecemos de antemano la información proporcionada.

Encuesta Autorizada por:

EDCOM-ESPOL 2530377 / 2530565 / 2530372

Encuesta Realizada por:

Xiomara Villón _____

José Andrés Fierro _____

Sandra Maldonado _____



¿QUE TANTO SABES DEL TEMA?

CONCEPTUALIZACIÓN DE LA VIOLENCIA INTRAFAMILIAR**1. ¿Sabe usted reconocer los tipos de violencia existentes?** Si No**2. ¿Qué es para usted la violencia intrafamiliar?** Es agresión física, sexual, psicológica. Son golpes, maltratos y humillaciones. Limitación a la vida social y familiar. Consecuencia del poco amor y falta de comunicación.

Otros: _____

3. ¿Quiénes cree usted que provocan, con mayor frecuencia, la violencia dentro del seno familiar? El padre. Los jóvenes. La madre.

Otros: _____

VIOLENCIA FÍSICA.**(Golpes)****4. ¿Has sufrido violencia física en tu familia?** Si

¿Podría indicarlo?: _____

 No**VIOLENCIA PSICOLÓGICA****(Insultos)****5. ¿Has sufrido violencia psicológica?** Si

¿Podría indicarlo?: _____

 No**VIOLENCIA SEXUAL.****(Abusos)****6. ¿Has sufrido violencia sexual?** Si

¿Podría indicarlo?: _____

 No

LAS AUTORIDADES

7. ¿Ha denunciado usted la violencia que ha sufrido o sufre?

Si

No

¿Por qué?: _____

PROPUESTAS

8. ¿Qué soluciones propone usted para dar fin al problema?

Educación, amor, diálogo, comunicación, etc.

Rigurosas leyes

Charlas familiares.

"No quedarse callado".

Otros: _____

DATOS PERSONALES DEL ENTREVISTADO

9. Sexo

F

M

10. Edad

11. Nivel de Instrucción

Primaria

Bachiller

Superior

Especifique: _____

12. Ocupación

Especifique: _____

13. En caso de sufrir algún tipo de violencia ¿sabe usted dónde acudir?

Si

Especifique: _____

No

14. Le gustaría recibir información acerca del tema

Si

No

¿Por qué? _____

15. ¿En qué parte de la Ciudad usted vive?

Norte

Sur

Centro

Este

Oeste

Especifique: _____

2.6 PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

2.6.1 INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Después de la recopilación de datos, estos son los resultados de la encuesta realizada a la ciudadanía Guayaquileña.

TIPOS DE VIOLENCIA

Pregunta #1:

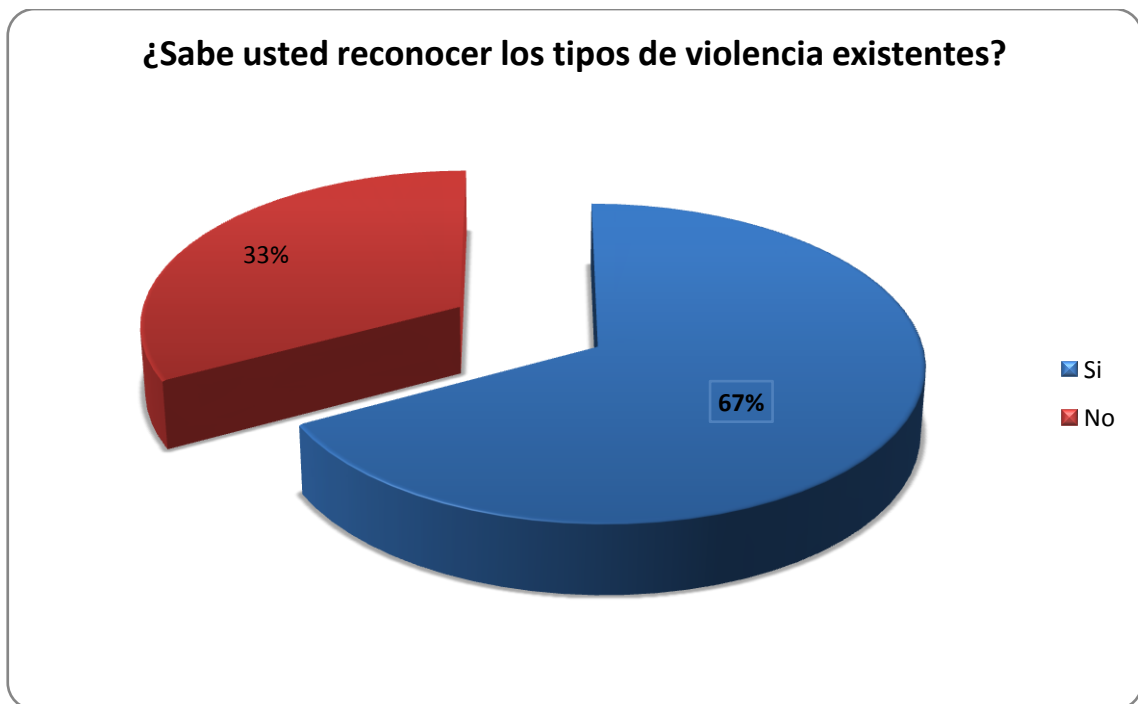


Figura 2.1: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 1.

Fuente: Elaborado por los autores.

El gráfico muestra que el 67 % de las personas encuestadas sabe reconocer los tipos de violencia entre los cuales los mencionados eran Maltrato Infantil, Maltrato a la Mujer, Delincuencia, Violencia Intrafamiliar mientras un 33 % no los reconoce.

VIOLENCIA INTRAFAMILIAR

Pregunta #2

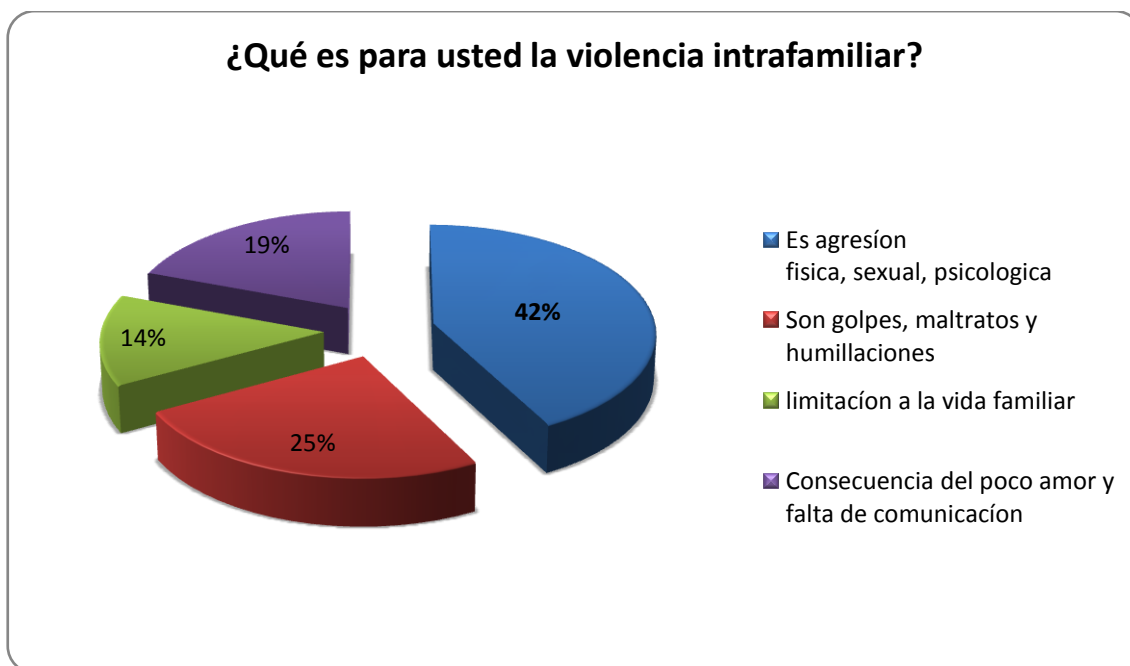


Figura 2.2: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 2.

Fuente: Elaborado por los autores.

El gráfico muestra que un 42% de la población respondió que violencia intrafamiliar es una agresión física, sexual y psicológica. Mientras que un 25% cree que son golpes, maltratos y humillaciones; un 19% piensa que es consecuencia del poco amor y falta de comunicación; y finalmente un 14% de los encuestados suponen que es una limitación a la vida familiar.

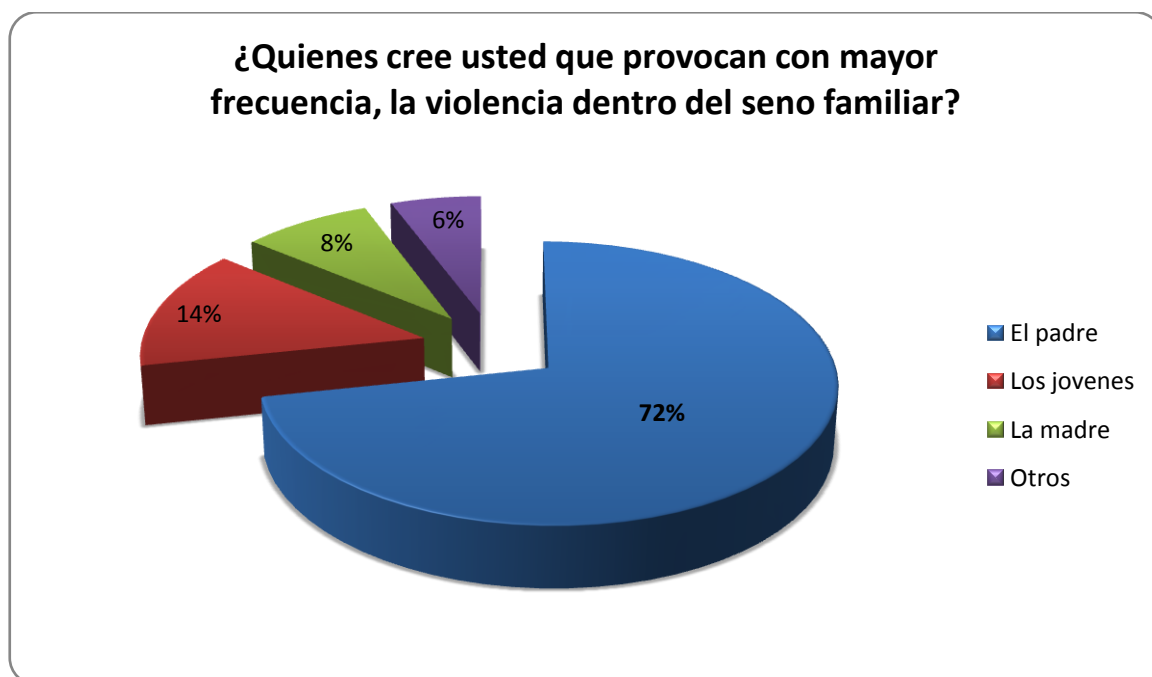
PREGUNTA # 3

Figura 2.3: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 3.

Fuente: Elaborado por los autores.

Obteniendo resultados se puede observar que el 72% de los encuestados opinan que el padre provoca con mayor frecuencia, la violencia dentro del seno familiar. En las encuestas realizadas se pudo observar que el género masculino opinó al respecto diciendo “nosotros somos que causamos violencia en el hogar”¹ mientras otras opciones fueron que los jóvenes como las mujeres causaban el inicio a la violencia, en resultado como otros intervinieron medios, situaciones, familiares o los tres al mismo tiempo causan violencia.

1: según los resultados y opiniones dentro de las encuestas

VIOLENCIA FÍSICA

La violencia física se refiere a las lesiones graves ocasionadas por algún miembro de la familia hacia otro, sin embargo muchas personas desconocen que los golpes son violencia aún cuando se presenten en el seno familiar y este aspecto de la investigación trata de mostrar que tanto es sufrida la violencia física de acuerdo al muestreo que fue aplicado a personas de la ciudad de Guayaquil.

Pregunta # 4



Figura 2.4: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 4.
Fuente: Elaborado por los autores.

En la 29% de la población encuestada respondió que ha sido víctima de la violencia física dentro del hogar, mientras que un 71% afirma que no.

VIOLENCIA PSICOLÓGICA

Se refiere a las actitudes de desprecio, discriminación, amenazas y las limitaciones son parte de lo que es llamada la violencia psicológica y muchas personas no consideran estos actos como “violencia”.

Pregunta # 5

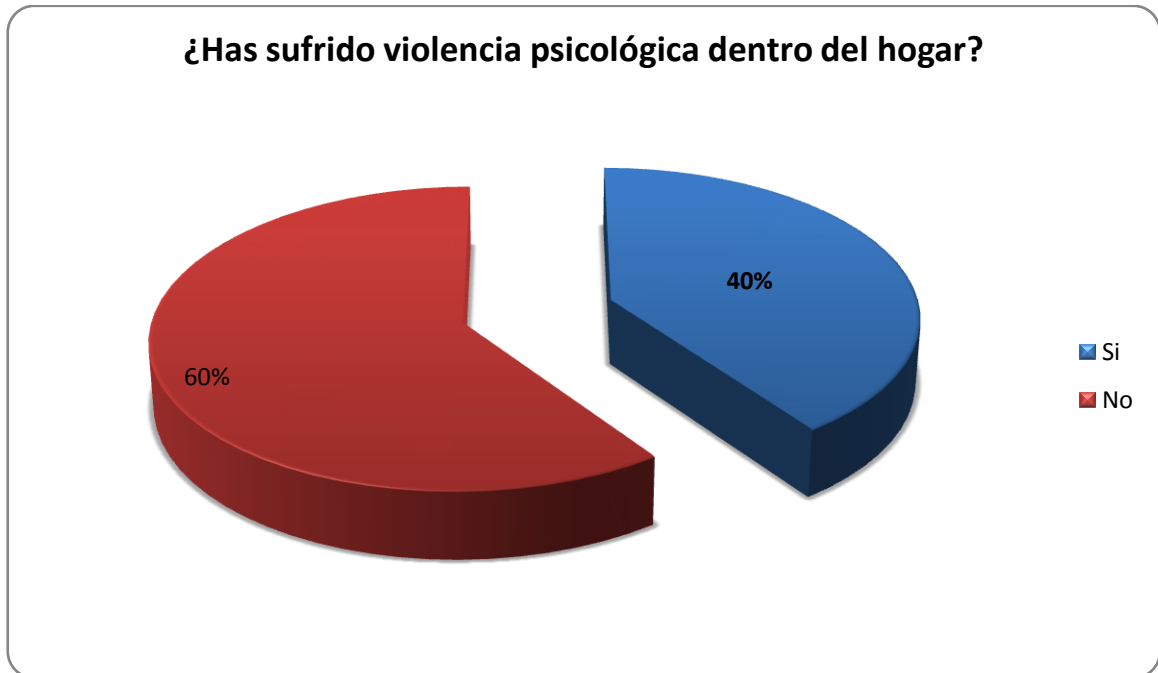


Figura 2.5: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 5.

Fuente: Elaborado por los autores.

La muestra revela que un 40% de los encuestados dice haber sufrido violencia psicológica dentro del hogar y un 60% dice que no.

VIOLENCIA SEXUAL

La violencia sexual se refiere a las insinuaciones, tocamientos o incluso abuso sexual que han sufrido las personas.

Pregunta # 6

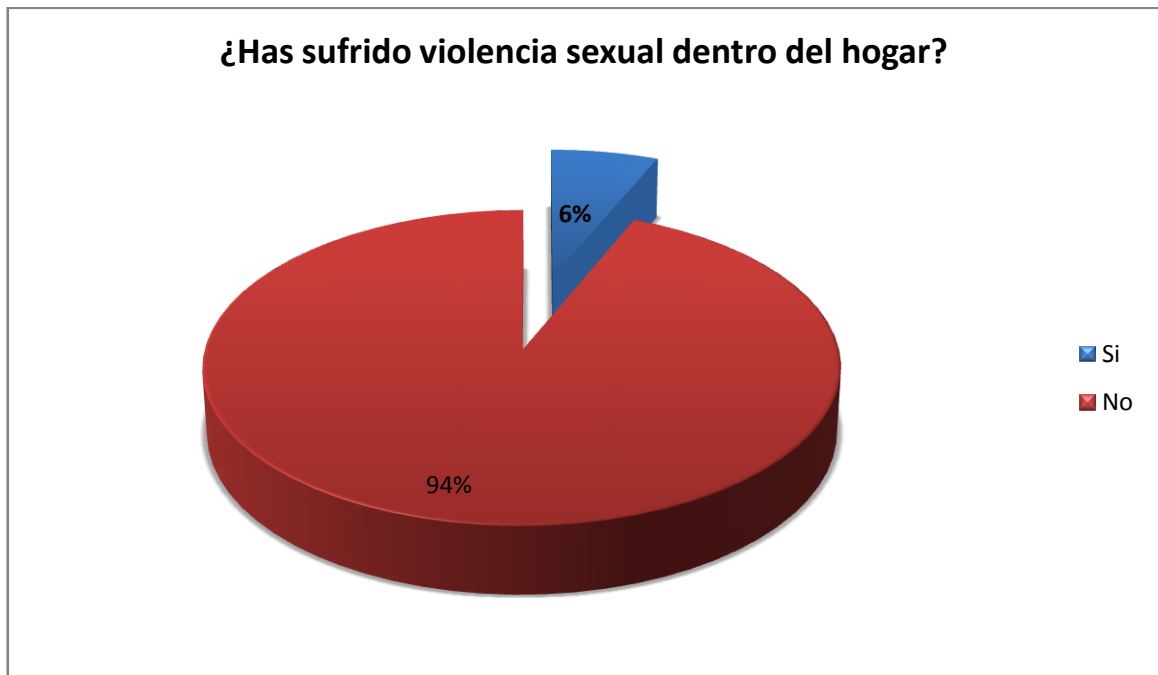


Figura 2.6: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 6.
Fuente: Elaborado por los autores.

Un 6% en los encuestados dice haber sufrido violencia sexual. Mientras que un 94% muestra lo contrario

LAS AUTORIDADES

Las autoridades son uno de los principales medios para combatir la violencia doméstica por lo que se hace referencia a ella en este aspecto para conocer que tanto han hecho las autoridades para resolver este grave problema.

Pregunta # 7

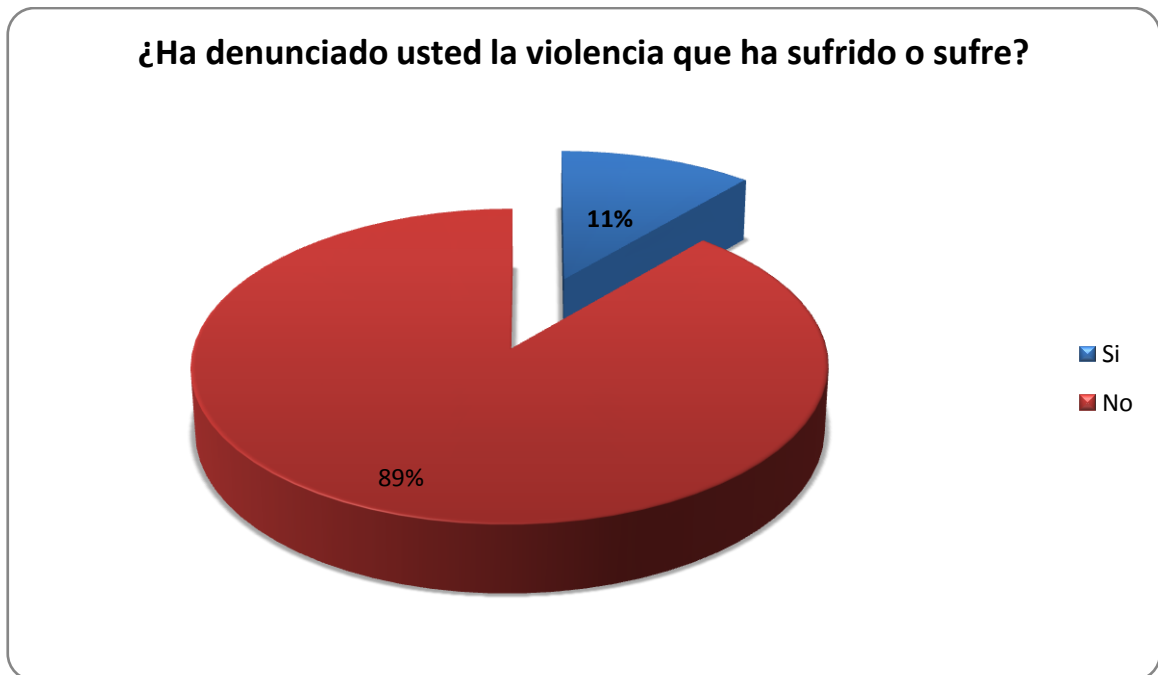


Figura 2.7: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 7.
Fuente: Elaborado por los autores.

El 89% de los encuestados afirma que ha sufrido o sufren violencia dentro del hogar pero tienden a hablar con el agresor para solucionar los problemas, no denuncian a las autoridades o simplemente no hacen nada para disminuir o tomar precaución de la violencia que sufren.

SOLUCIONES

Pregunta # 8

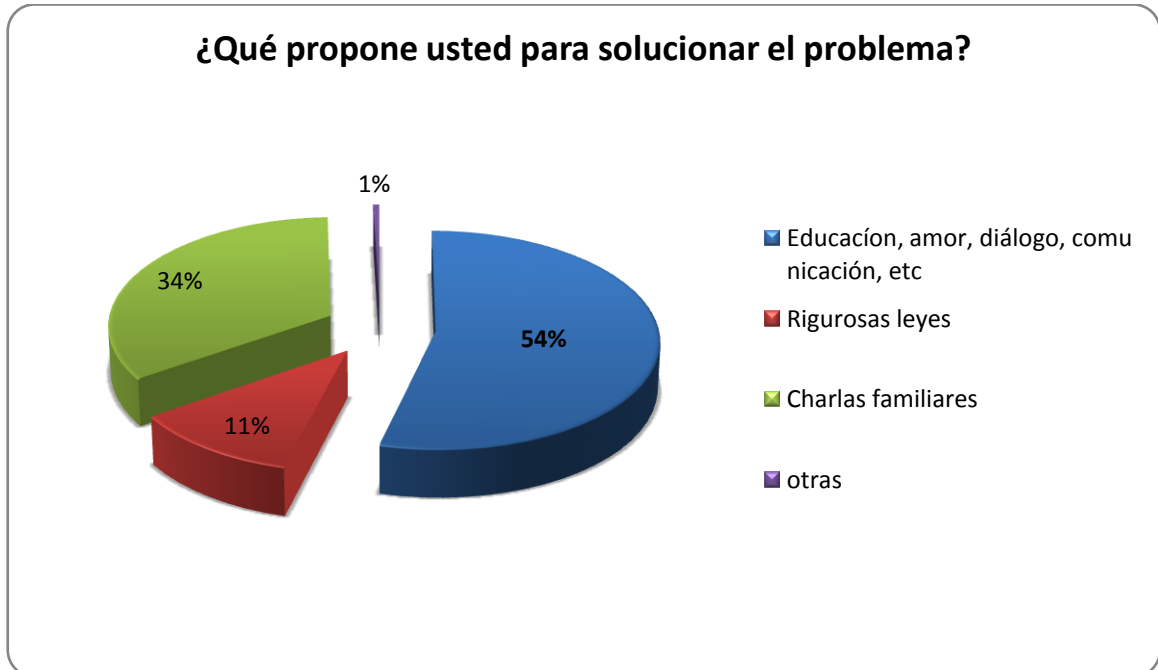


Figura 2.8: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 8.
Fuente: Elaborado por los autores.

Las solución que brindan los ciudadanos de Guayaquil es la comunicación pues la comunicación arregla todo problema, otros optan por las leyes o charlas familiares donde interviene un personal especializado para que informe y de consejos a las personas agredidas.

SEXO

Pregunta # 9

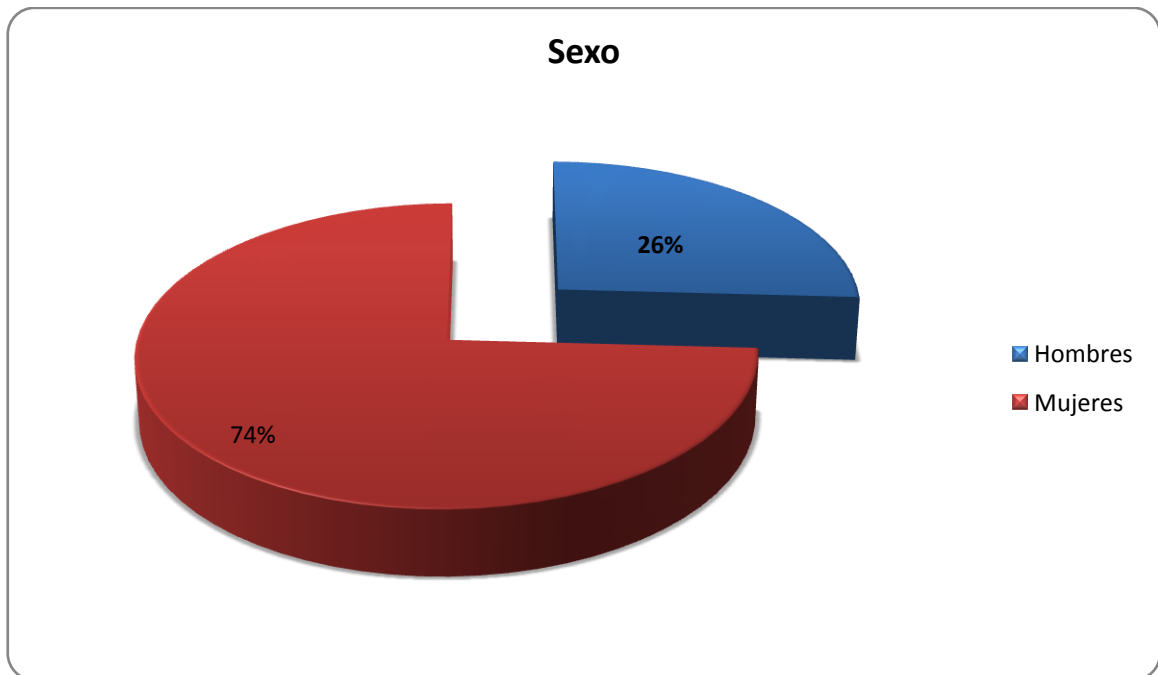


Figura 2.9: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 9.
Fuente: Elaborado por los autores.

El objetivo del proyecto estaba inclinado hacia el género femenino que en el masculino, pero al obtener como resultados se determinó 74% de mujeres y hombres un 26%.

EDAD

Pregunta # 10

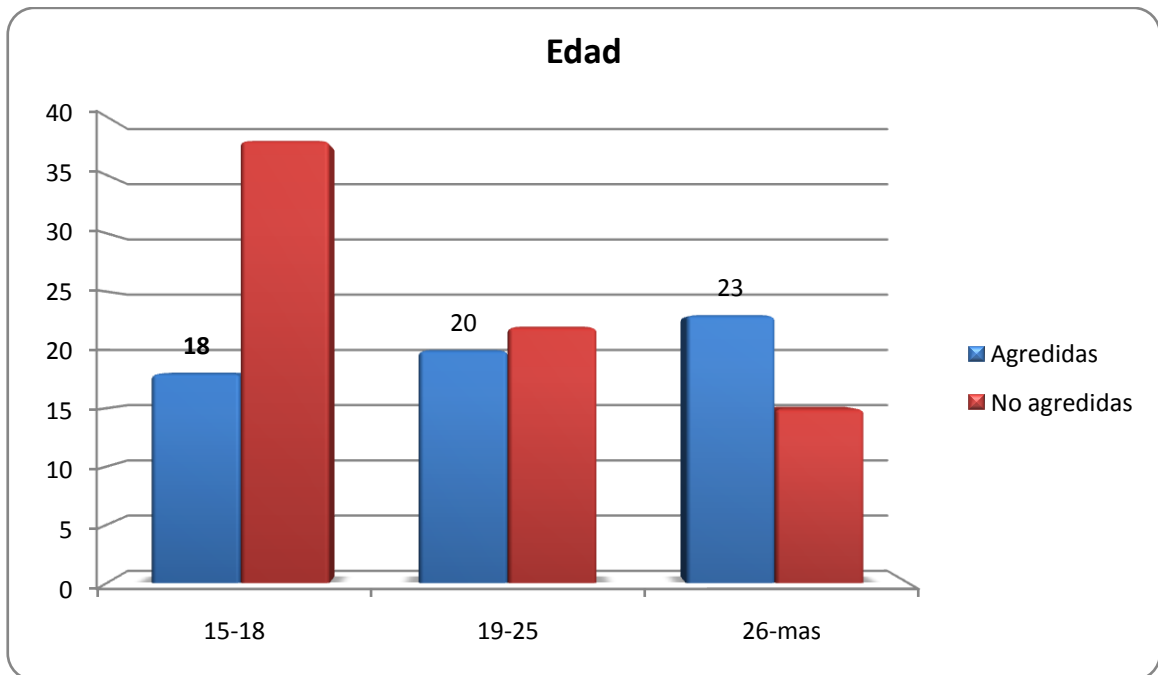


Figura 2.10: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 10.

Fuente: Elaborado por los autores.

Los encuestados se dividieron por rangos de edad de 15 -18, 19-25, 26- más, los resultados obtenidos por ellos fueron los siguientes:

15-18 años: hay más agredidos que no agredidos

19-25 años: notamos un minino de diferencia

26- más años: hay una mayor agresión.

NIVEL DE INSTRUCCIÓN OCUPACIÓN

Pregunta # 11 y 12

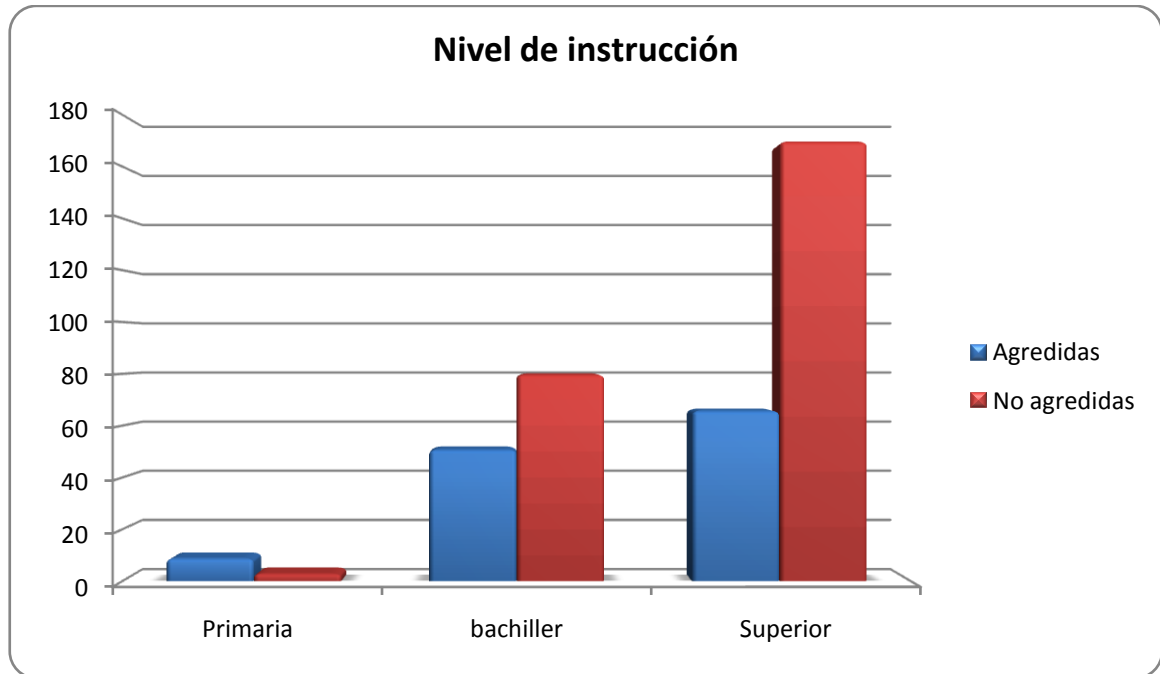


Figura 2.11: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 11.
Fuente: Elaborado por los autores.

Toda muestra se ha determinado en agredidos y no agredidos

Dentro de los 400 encuestados los datos de la muestra tiene como resultados:

Primaria: 3% - ejerce una actividad laboral

Bachiller: 35% - Estudiantes de colegio – Universidades

Superior: 62% - ejercen actividad laboral

CENTROS DE ATENCIÓN

Pregunta # 13

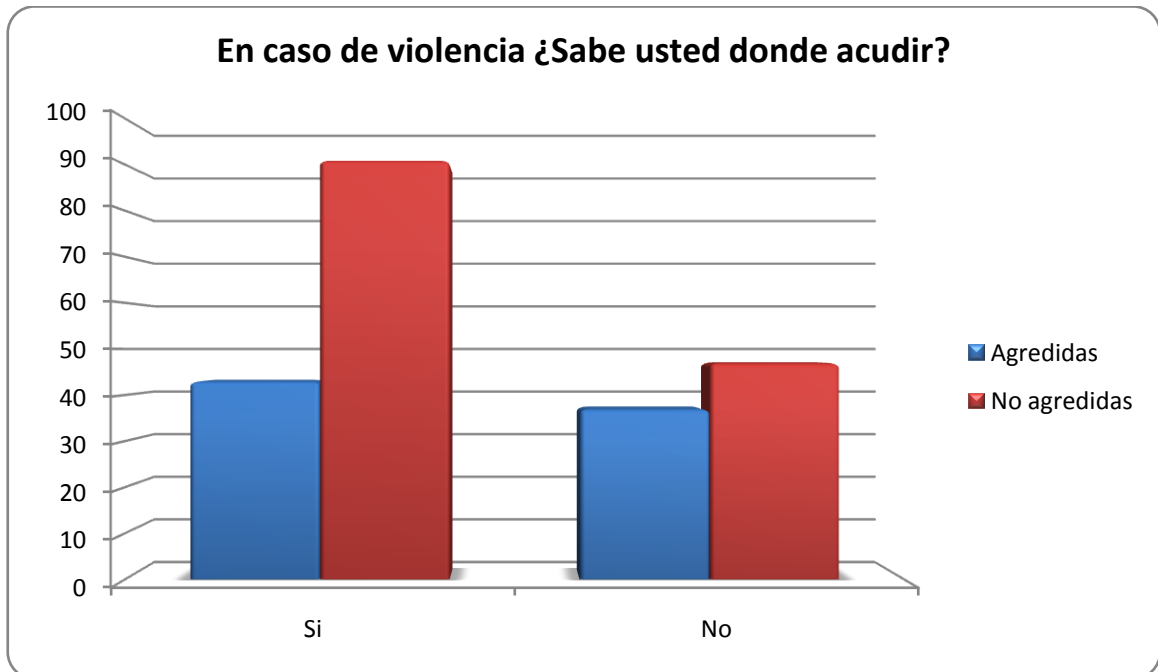


Figura 2.12: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 13.
Fuente: Elaborado por los autores.

La mayoría de los 400 encuestados, entre agredidos y no agredidos un 61% sabe dónde acudir, y la minoría correspondiente al 39% desconoce dónde acudir en caso de una violencia u agresión que se presente.

INFORMACIÓN

Pregunta # 14

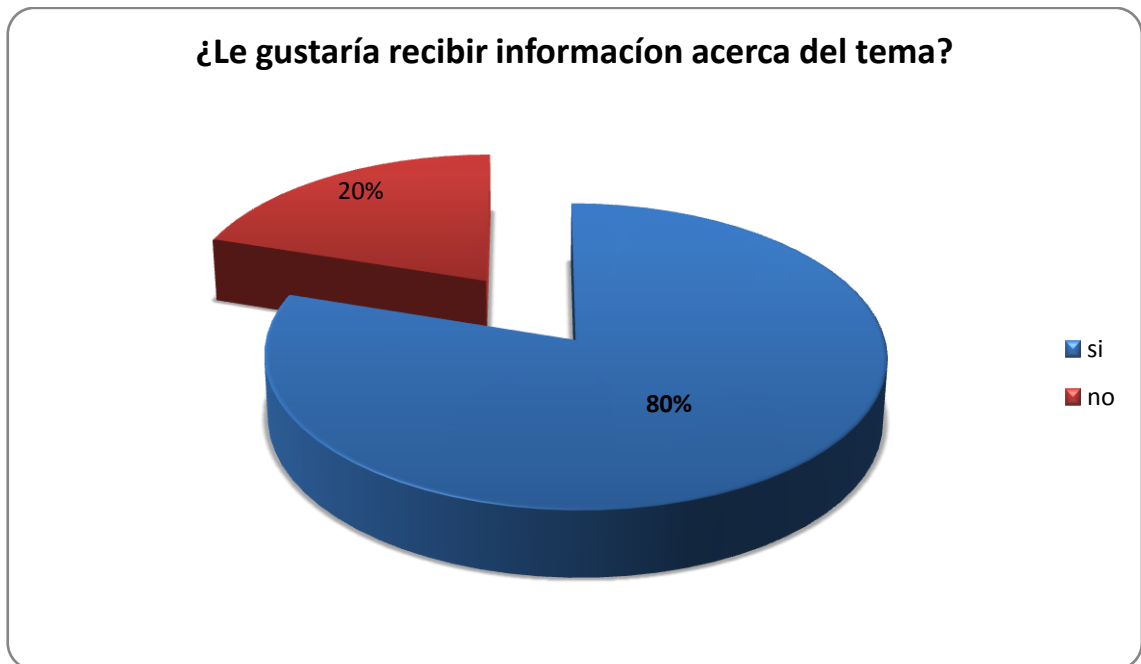


Figura 2.13: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 14.

Fuente: Elaborado por los autores.

El 80% de las 400 personas encuestadas contestaron que si le gustaría recibir todo tipo de información acerca del tema por motivos de saber más del tema difundir por sus medios esta información, mientras que el 20% indican que no, por motivos de no están interesados en el tema o por falta de tiempo.

UBICACIÓN

Pregunta # 15

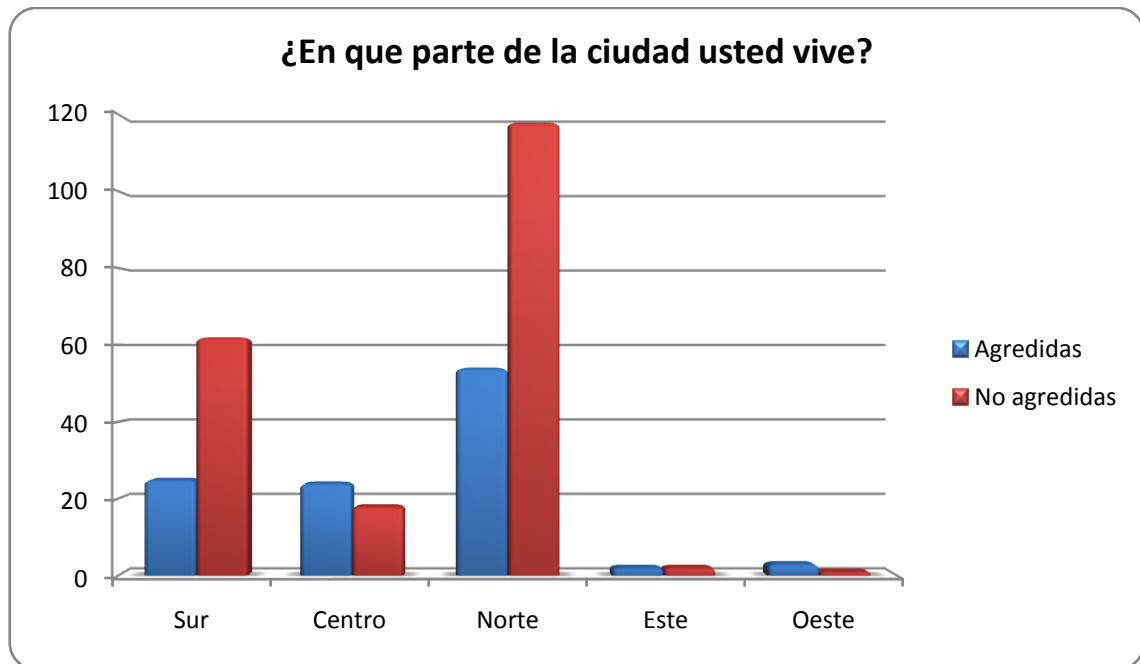


Figura 2.14: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 15.

Fuente: Elaborado por los autores.

Los datos indican que de las encuestas realizadas su población fue distribuida así:

Sur: 28%, Centro: 14%, Norte: 56%, Este: 1%, Oeste: 1%.

Estas se puede observar que la mayoría de agresiones se presentan en los sectores de Sur, Centro y Norte de la ciudad de Guayaquil.

AGRESIÓN POR GENEROS

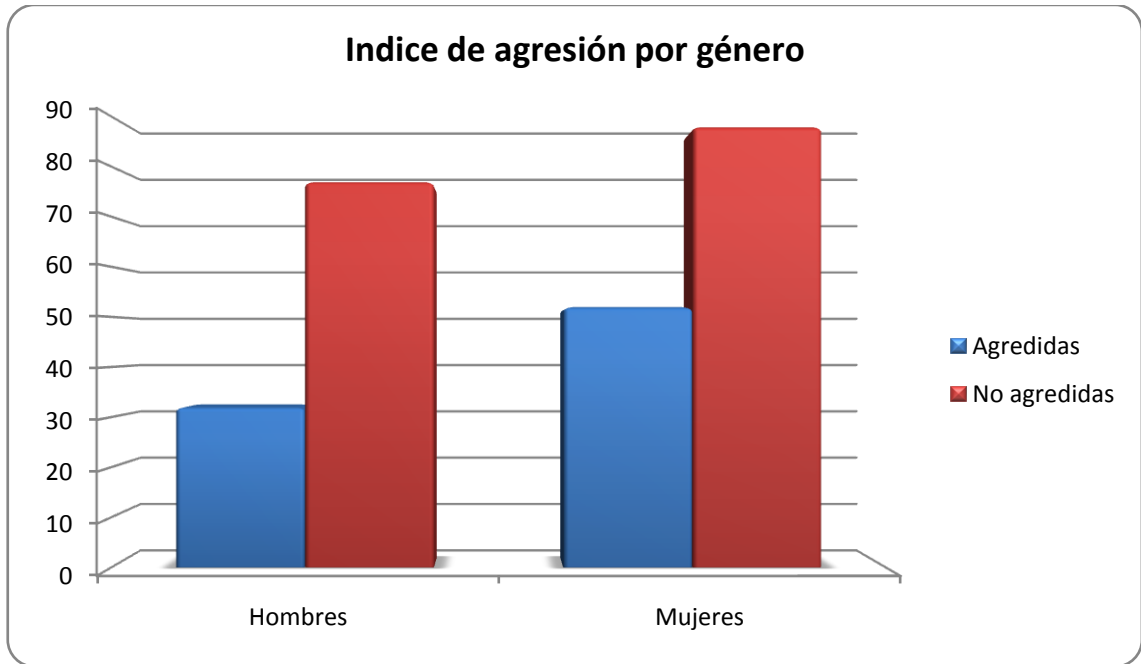


Figura 2.15: Gráfico estadístico de resultados.
Fuente: Elaborado por los autores.

Se optó por mostrar los resultados obtenidos de las encuestas y demostrar que tanto las mujeres como los hombres son agredidos pero con una diferencia mostrando que el género femenino es el más afectado.

2.6.2 CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

Después de todos los resultados obtenidos en base al muestreo se han considerado los siguientes puntos:

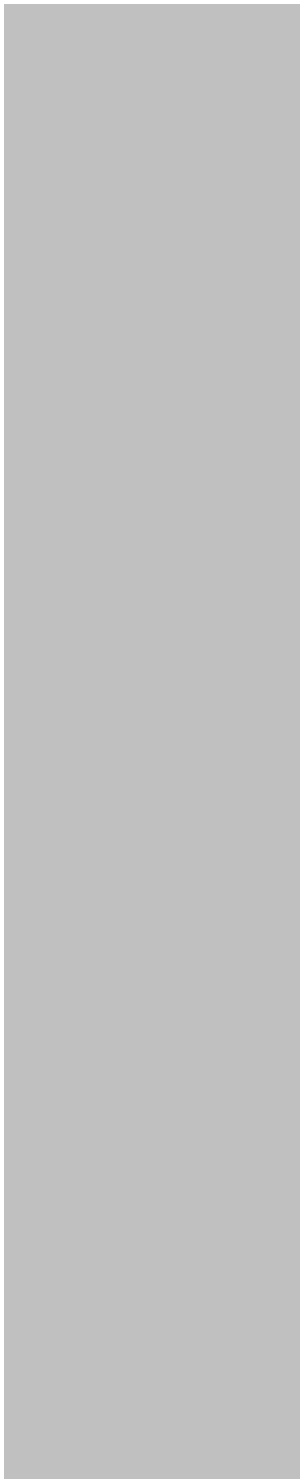
- La población sabe diferenciar los tipos de violencia existentes, saben quién los ocasiona y saben dónde acudir pero aquí vienen las interrogantes:
 - ¿Por qué no denuncia el hecho?
 - ¿Por qué no acude a lugares de apoyo?
 - ¿Por qué calla?

Respuestas sugeridas:

“Porque vivimos en una sociedad machista donde la mayoría de las mujeres dependen directamente de los ingresos de su cónyuge lo cual lleva a que la mujer se sienta desprotegida y sin ningún amparo al momento de realizar la denuncia contra su agresor, puesto a que este quitaría todo su apoyo económico a su esposa y la votaría a la calle”¹

- Con el simple hecho de buscar ayuda, está dando un paso para que esta situación llegue a un fin, dándonos como conclusión que la población necesita de conlleva a que la población necesita capacitación y recibir todo tipo de información y apoyo que le pueden ofrecer aquellas entidades que se encuentren relacionados con el tema.

1: Fuente obtenida por los encuestados



CAPÍTULO 3 **PLAN DE MARKETING**

3. PLAN DE MARKETING

3.1 ANTECEDENTES

Actualmente en el Ecuador según las investigaciones realizadas no se ha elaborado un documental que exponga el tema de la Violencia Intrafamiliar específicamente.

Solo existen blogs en internet en los que varias personas se expresan acerca del tema, y spots publicitarios con registro del 2003 como:

- *“Spot Campaña por la Erradicación de la Violencia Intrafamiliar y el Maltrato Infantil*

Contiene un mensaje de cómo se reproduce la violencia cuando los niños viven en un ámbito familiar violento.

© CEIME Producciones 2003 Género: Spot, 1 minuto”¹

Por otro lado el gobierno de Ecuador está llevando a cabo una campaña a favor de la igualdad de género llamándola, “Reacciona Ecuador, El machismo es violencia”.

Este proyecto tiene como fin, proyectar los problemas que la sociedad no percibe ni capta a simple vista o muchas veces se ignora, debido que con la campaña en marcha se cree que todos tendrán mayor conocimiento de los deberes y derechos de las mujeres, hombres, niños y niñas.

Esto también lleva a reflexionar en la violencia que se vive en la familia, aún así se puede ver en todo lugar la campaña publicitaria; nadie sabe a ciencia cierta si este proyecto está surtiendo efecto, ya que en la Fiscalía de la Mujer, se siguen presentando casos que evidencia un incremento de situaciones de agresión a la mujer.

Anexo1: http://www.ceime.net/Pub_sGenero_Violencia.htm

3.2 OBJETIVOS

- Concientizar a las personas de las consecuencias que ocasiona la violencia intrafamiliar en el hogar.
- Contar con el apoyo de Patrocinadores para la distribución del documental en un *DVD* y entregarlo gratuitamente.

3.3 ANÁLISIS ESTRÁTEGICO

La estrategia del documental es lograr que el público entienda el tema de la agresión intrafamiliar y cuáles son sus consecuencias, todo esto a través de un trabajo de producción con casos reales. Es e información que proveerán especialistas en este tema

3.3.1 PIEZAS PUBLICITARIAS

Por lo tanto se mantendrá las piezas publicitarias como:

- Afiche
- Avisos de Prensa (formato Horizontal y vertical)
- Gigantografías (formatos horizontales, verticales)
- Banners
- Volantes en algunas Instituciones especiales
- Demos Publicitarios en la Escuela Superior Politécnica del Litoral

Justificación

Por medio de estas piezas se logrará informar y dar a conocer de la existencia de este documental, con una comunicación efectiva de una manera gráfica, audiovisual, en distintos lugares de la Ciudad de Guayaquil.

3.4 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Según el análisis de estudio el documental va dirigido al sexo Femenino, entre la edad de 15 a 49 años, de toda clase social, mediante una investigación realizada de diferentes fuentes como: La Comisaría de la Mujer y la Familia, Fundación “María Guare” y el Dpto. Violencia Intrafamiliar de la Policía Nacional, se obtuvo la información que el 95% son los casos de Mujeres Agredidas por Violencia Intrafamiliar y el 5% de Hombres Agredidos.

3.5 MERCADO META

El documental tiene como meta llegar hacia el público en general puesto que se trata de violencia intrafamiliar en la que se debe de tomar en cuenta y no debemos dejarla desapercibida.

Para cumplir el objetivo, hemos pensado específicamente en aquellas Familias que han sido víctima de algún tipo de Agresión, con el fin de disminuir la tasa de maltrato en especial de Madre e hijos sin discriminar al hombre, y que en la actualidad sigue siendo uno de los primeros problemas psicológicos en los que se ven envuelto aquellas personas.

Se ha tomado en cuenta el enfocarse en este tipo de segmentación con el fin de solucionar esta problemática en la sociedad.

3.6 POSICIONAMIENTO

Para obtener buenos resultados en el posicionamiento del documental es brindar información con la intención de concientizar a las personas del problema social que se está viviendo en nuestro entorno.

La ventaja que se tiene al realizarse el documental es que este no tiene un competidor, este sería el único documental que muestre un mensaje audiovisual en nuestro medio de comunicación.

Un enfoque visual para que el espectador reaccione y reflexione de los daños que causa la violencia.

3.7 MARKETING MIX

3.7.1 INTRODUCCIÓN

Este proyecto se basa en un estudio de mercadotecnia usando la aplicación de las cuatro P: Producto, Promoción, Plaza y Precio.

3.7.2 PRODUCTO

El Documental tiene como objetivo principal lograr hacer conciencia y disminuir la violencia que existe en la actualidad, En el documental se detallaran casos reales de mujeres agredidas, opiniones de expertos en el tema e información de centros de ayuda.

3.7.3 PROMOCIÓN

La estrategia promocional se fundamenta con medios de comunicación televisiva, de prensa, y afiches publicitarios.

La estrategia promocional del documental empieza por medios publicitarios como un spot de tv en canales reconocidos del País, en las Instalaciones de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL).

Se entregará volantes en cines, en la Comisaria de la Mujer y la Familia, en algunas Fundaciones con el fin de informar la existencia del Documental. Se publicará más mensajes de manera masiva por medio de afiches en la metrovía, buses lugares estratégicos de la Ciudad, y así lograr una comunicación efectiva con las personas.

Spots publicitarios:

La publicidad estará financiada por los futuros auspiciantes.

- Ministerio de salud pública del guayas.
- Fundación María Guare
- ***maccine:*** Se colocaran piezas publicitarias como: Afiches, roll up, volantes y anuncio en la revista 8medio para promocionar el documental.
- ***Metrovía:*** Se ubicaran las piezas publicitarias en las centrales de transferencia de el sistema de transporte metrovía (terminal Río Daule, terminal Guasmo, terminal Bastión popular).

- En la sección Gran Guayaquil de el diario “EL UNIVERSO” se mantiene 1 aviso semanal (lunes, viernes y domingos) de 1/4 página por 1 semana.
- Aviso en la revista Mariela se mantendrá 1 anuncio con la portada del Documental.
- Se pudo llegar a un acuerdo de parte de diarios gratuitos como el *Metroquil* para difundir el mensaje de las consecuencias de la violencia intrafamiliar que existen.

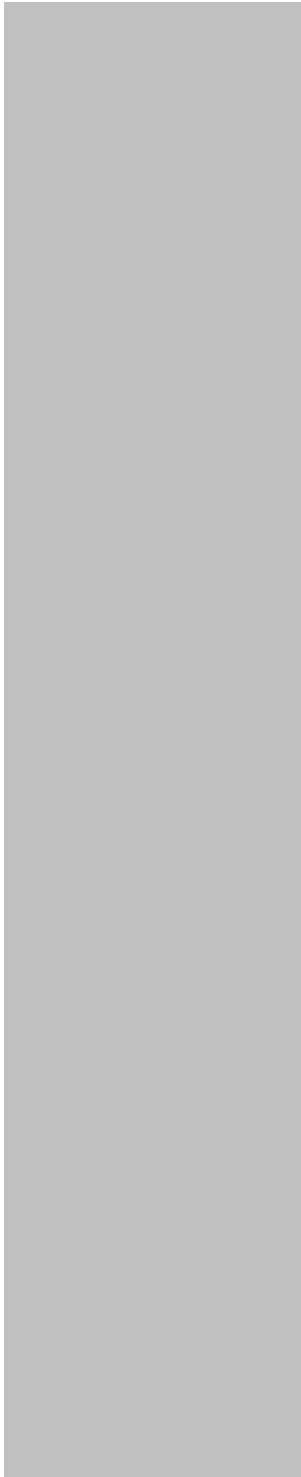
3.7.4 PLAZA

El lugar estratégico para presentar el documental es el MAAC CINE siendo este reconocido por ser un medio cinematográfico independiente, mostrando cultura a la sociedad a través de documentales, cine educativo, cine arte, etc.

3.7.5 PRECIO

El público no tendrá que cancelar ningún valor, el documental se presentará de manera gratuita.

La gran ayuda que brindarán los auspiciantes es de carácter benéfico, gracias a ellos proporcionarán DVD s del Documental, para obsequiar al público y en especial a las Mujeres que es el target principal de este proyecto, logrando concientizar y disminuir la problemática de la Violencia Intrafamiliar.



CAPÍTULO 4 **ESTUDIO TÉCNICO**

4.1 GUÍA DE ESTILO PARA APLICACIONES GRÁFICAS

4.1.1 INTRODUCCIÓN

Las aplicaciones que se han desarrollado están disponibles al tiempo de visualización del espectador, de tal manera que el concepto sea rápido y eficaz generando una forma directa de captación.

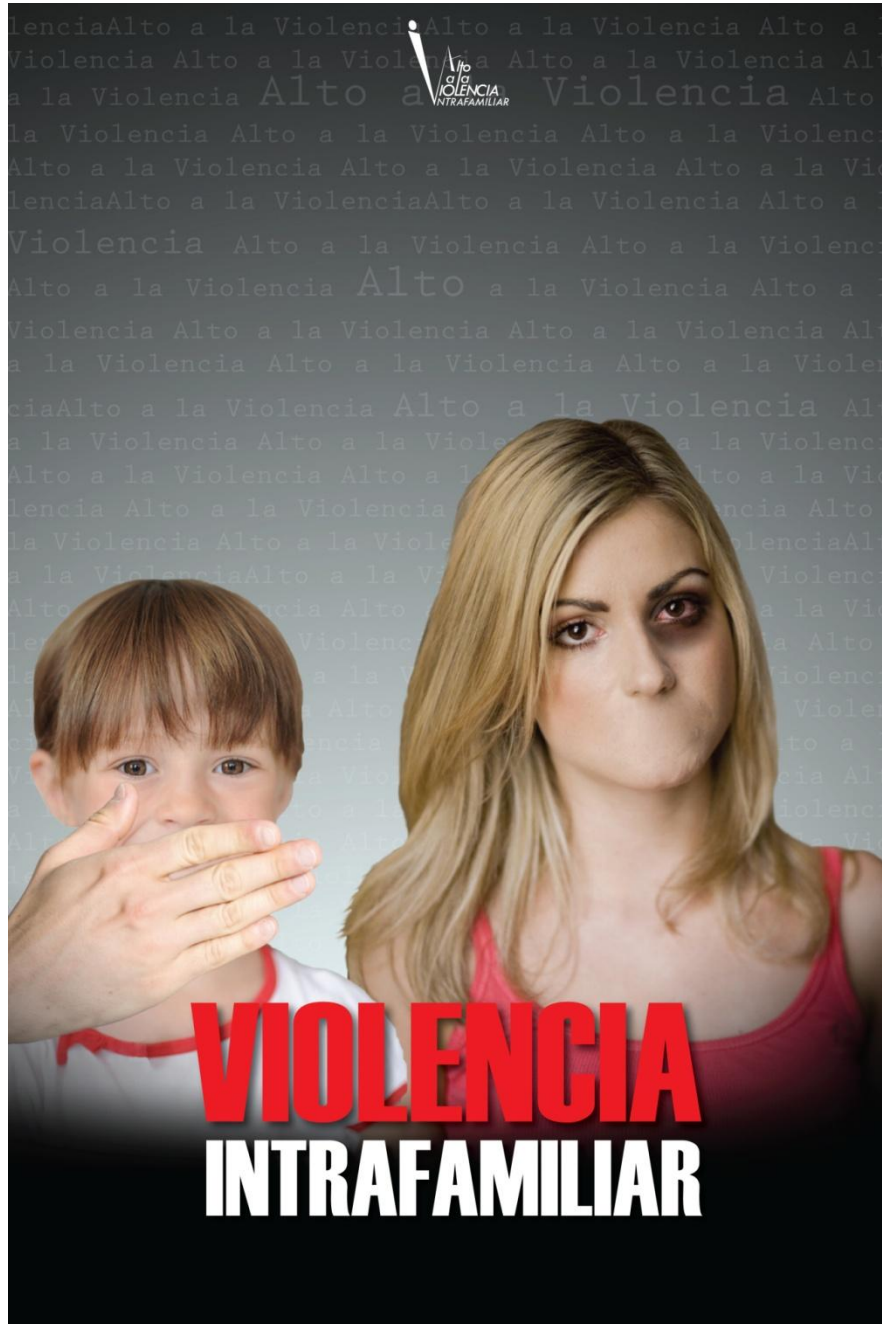


Figura 4.1: Afiche de Documental

Fuente: Elaborado por los autores

4.1.2 APLICACIONES PARA PRENSA Y REVISTA

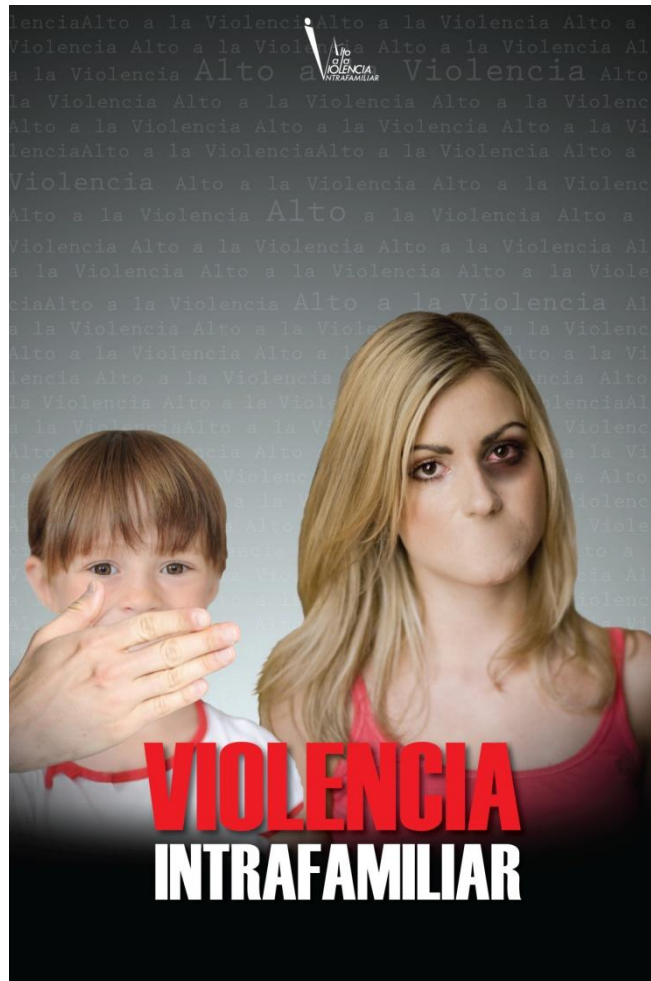


Figura 4.2: Aviso de Revista
Fuente: Elaborado por los autores

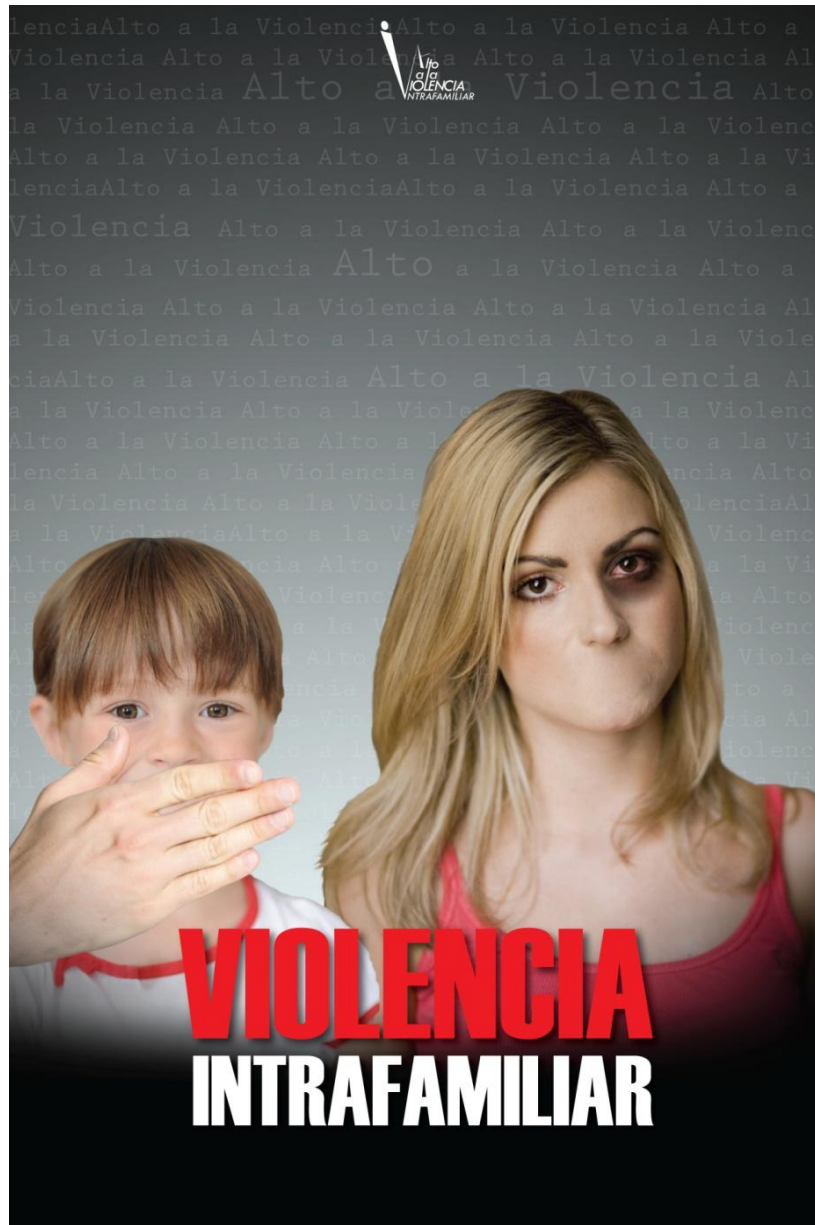


Figura 4.3: Aviso de Revista
Fuente: Elaborado por los autores

4.3 APLICACIONES PARA VÍA PÚBLICA



Figura 4.4: Gigantografías
Fuente: Elaborado por los autores



Figura 4.5: Montaje Valla
Fuente: Elaborado por los autores



Figura 4.6: Montaje Paleta Publicitaria
Fuente: Elaborado por los autores

4.4 APLICACIONES PARA WEB



Figura 4.7: Grupo de facebook

Fuente: www.facebook.com, imagen elaborada por los autores



Figura 4.8: Publicidad en Facebook

Fuente: www.facebook.com, imagen elaborada por los autores

4.5 TIEMPO DEL PROYECTO

El tamaño de este proyecto se define según la disponibilidad de tiempo por parte de las personas involucradas en el documental.

Según este factor se determinan las etapas de un proceso de producción y postproducción de un documental:

- Desarrollo del tema
- Recopilación de información
- Colaboración de profesionales y personas afectadas
- Realización de entrevistas
- Desarrollo de estrategia publicitaria
- Edición y postproducción del material audiovisual
- Presentación del Documental

El tiempo que llevara realizar la producción del documental será aproximadamente de tres meses

La dimensión y características del mercado

Este documental será publicado en un solo lugar durante varios días, por lo cual se hará uso de los medios masivos, para tener un amplio margen de exhibición a nivel local. El target al cual se dirige el documental es el público en general, éste se alcanzará fácilmente recurriendo a los medios de comunicación más vistos como: Prensa y Televisión.

La tecnología del proceso productivo

Al tratarse de un documental se empleará, durante su producción, varios procesos. Desde la recopilación de la información, luego la preproducción, producción, postproducción, y entrega del material final.

La disponibilidad de insumos y materia prima

Se contará con un espacio laboral para el desarrollo creativo, la realización de investigaciones, trabajo técnico, recopilación del material audiovisual que se adquiere día a día y postproducción. Además de los servicios básicos como agua, luz y teléfono.

4.6 EQUIPO TÉCNICO

Para el **área gráfica** se recomienda como mínimo:

- Dos computadores iMac de última generación (preferentemente)
- Discos duros externos
- CD y DVD varios

Para el área de postproducción se recomienda:

- Dos computaras iMac de última generación
- Software de edición de video “Final Cut pro”
- Una o dos cámaras semi profesionales o profesionales
- Equipo de audio
- Equipo de iluminación
- CD y DVD

La localización

Se desarrollará un proyecto local, que será solo para la ciudad de Guayaquil luego con el apoyo de diversas instituciones podrá presentarse en distintas partes del país.

Los costos de inversión y de operación

Para la producción del documental se ha realizado la respectiva investigación y operación con los determinados valores de:

Inversión y producción: **\$ 17.233**

El financiamiento del proyecto

El financiamiento de nuestro documental será llevado a cabo de manera total por parte de un grupo interesado sea éste una institución con fines de carácter social, una compañía con conciencia social, una fundación o un cliente individual



CAPÍTULO 5
EQUIPO DE TRABAJO DEL
PROYECTO

5 EQUIPO DE TRABAJO

5.1 TRABAJADORES POR ÁREA

5.1.1 PERSONAL DEL ÁREA DE ADMINISTRACIÓN

- Productor
- Director del Proyecto

5.1.2 PERSONAL PARA LA REALIZACIÓN DEL PRODUCTO

- **Cargo:**

Director del Proyecto

Perfil:

“Es la persona que tiene la responsabilidad total del planeamiento y la ejecución acertados de cualquier proyecto.”¹

- Coordinar el equipo de producción.
- Asegurar los recursos necesarios para la producción se presenten.

- **Cargo**

Director de Fotografía

Perfil:

“Es la persona responsable de la creación artística de imágenes para la puesta en escena de producciones cinematográficas, televisivas y de vídeo.”²

- Coordina con camarógrafo y el de logística.

- **Cargo**

Diseñador Grafico

Perfil:

“Encargado de realizar comunicaciones visuales.”³

- Desarrollo de la línea gráfica.

1, 2,3 <http://www.wikipedia.org>

- **Cargo:**

Asistente

Perfil:

“Está presente en todas las fases de la producción del film: Producción y Postproducción.”¹

- Ejecuta todos los trámites con las áreas involucradas en la producción y cámara.
- Verifica las actividades programadas según el plan de producción.
- Coordina las áreas durante la grabación.

- **Cargo:**

Logística

Perfil:

“La logística determina y coordina en forma óptima el producto correcto, el cliente correcto, el lugar correcto y el tiempo correcto.”²

- Coordina todos los factores que influyen en el documental servicios de información, calidad, confiabilidad, precio, distribución, protección.
- Verifica la confirmación de las actividades previas, citas, entrevistas.

- **Cargo:**

Sonidista

Perfil:

“Es el responsable de la toma de sonidos en rodaje.”³

- Coordina con el editor

1, 3, www.wikipedia.com

2 www.monografias.com

- **Cargo:**

Camarógrafo

Perfil:

“Es el encargado de manejar la cámara y sus ópticas en un rodaje.”¹

- Opera cámaras para la grabación del proyecto.
- Instala y prueba los equipos de grabación y materiales involucrados en la actividad.
- Determina los movimientos de cámara, conjuntamente con el director y productor.

- **Cargo:**

Mensajero

Perfil:

- Se encargará de funciones administrativas, logísticas y de apoyo en el área de producción.

- **Cargo:**

Editor

Perfil:

- Encargado de realizar la edición y la digitalización de la información recopilada.

- **Cargo:**

Maquillador

Perfil:

- Encarga de aplicar maquillaje sobre la cara u otras partes del cuerpo a personas que desarrollan su profesión ante el público

¹ www.wikipedia.org

5.2 ORGANIGRAMA

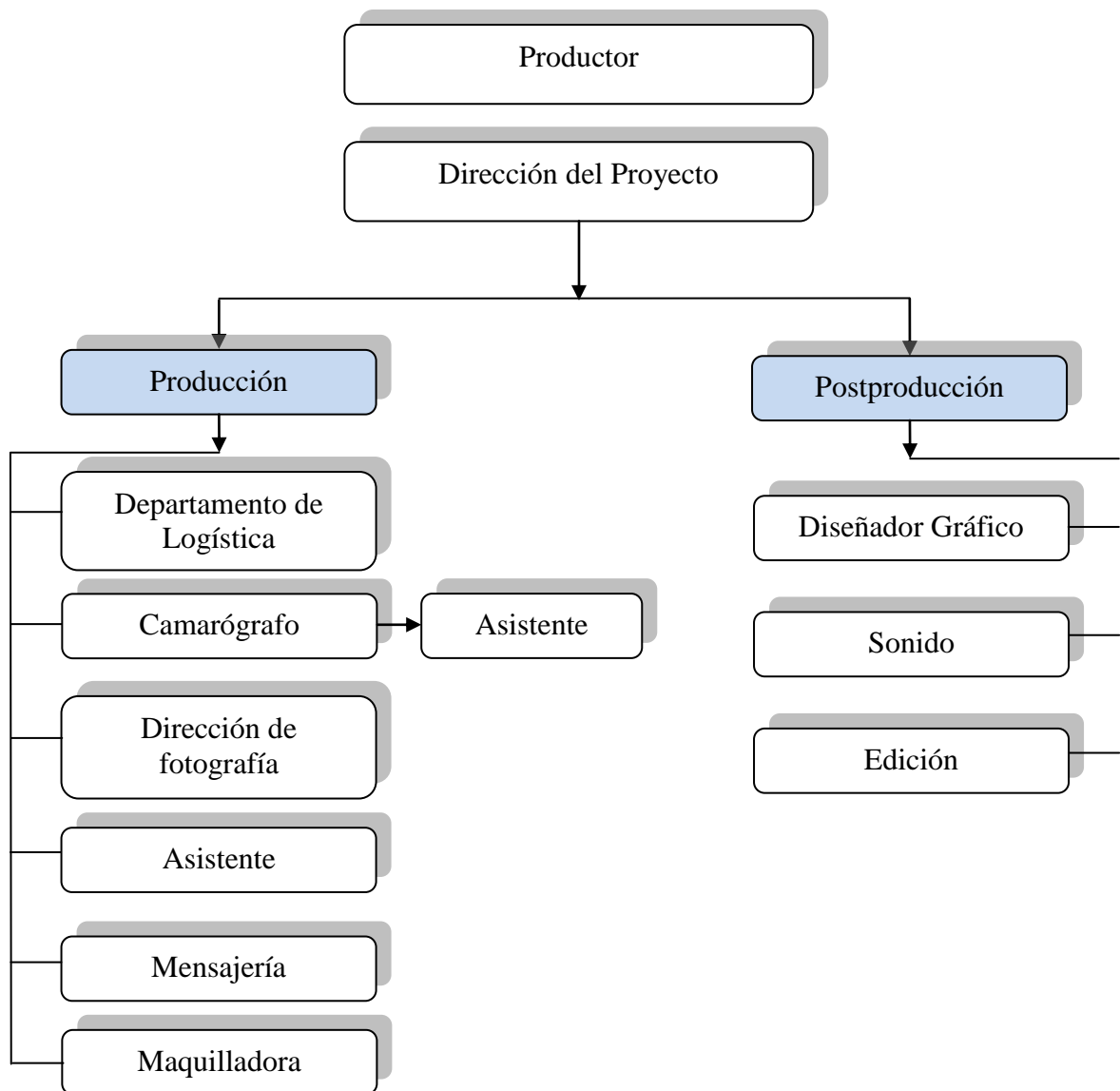
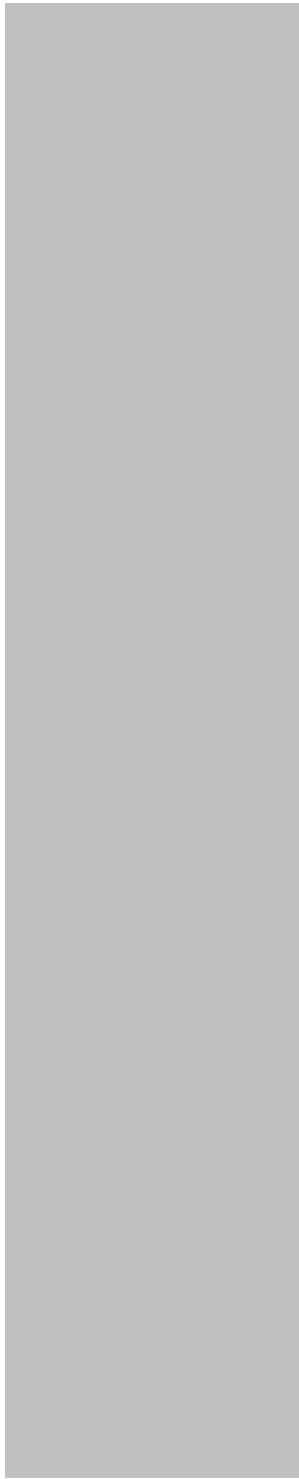


Figura 5.1: Organigrama de trabajo

Fuente: Elaborado por los autores



CAPITULO 6 **ESTUDIO FINANCIERO**

6. ESTUDIO FINANCIERO

6.1 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN, COSTOS Y GASTOS

El documental está basado en una campaña de tipo publicitario, para llevar a cabo el proyecto se realizó un estudio financiero en los costos de realización, obteniendo los resultados, se estima ver el valor base para elaborarlo, costos y gastos varios de producción e implementación del material. Al tratarse de un proyecto sin fines de lucro no hemos sugerido perspectivas de ingreso a nivel monetario.

Inversión

En los valores de inversión se detallaría los gastos realizados para cubrir aquellos recursos en los que se basará la realización de este proyecto. Gastos básicos de mantenimiento.

Producción

Se detallará aquí costos relacionados con la elaboración del proyecto como materiales directos de insumo y desarrollo. (Materiales de utilería)

Gastos

Los gastos a nivel de mano de obra competen a los sueldos de aquellos trabajadores involucrados de alguna manera con el proyecto en su producción (Director de Arte, director de Fotografía, sonidista, editor, etc.).

6.1 Presupuesto General

PRESUPUESTO GENERAL	
RECURSOS PARA LA ELABORACIÓN DE EL PROYECTO	
Etapa de investigación	\$ 220,00
Elaboración de la Producción Audiovisual	\$ 13.933,00
Elaboración de Piezas Gráficas	\$ 576,00
SUBTOTAL	\$ 14.729,00
Otros egresos	\$ 736,45
TOTAL *	\$17.233
(*) : No incluye impuesto de ley	

Tabla 1: Tabla de costos por presupuesto general

Fuente: Elaborada por los autores

6.2 Etapa de Investigación

CONCEPTO	CANTIDAD	DÍAS	APLICACIÓN	UNITARIO	PARCIALES	FINALES
Etapa de investigación						
Diseño de Encuestas	1	3	-	\$ 60,00	\$ 60,00	
Producción de Encuestas	400	1	unidades	\$ 0,05	\$ 20,00	
Personal de apoyo logístico	4	5		\$ 25,00	\$ 100,00	
Transporte a entidades	2	5	-	\$ 20,00	\$ 40,00	
POR MEDIOS DE INVESTIGACIÓN						\$ 220,00

Tabla 2: Tabla de costos por Etapa de investigación

Fuente: Elaborada por los autores

6.3 Viáticos

CONCEPTO	CANTIDAD	DÍAS	APLICACIÓN	UNITARIO	PARCIALES	FINALES
VIÁTICOS						
Transporte para staff y equipo	2	15	días	\$ 50,00	\$ 1.500,00	
Gasolina transporte	4	15	días	\$ 15,00	\$ 900,00	
POR VIÁTICOS						\$ 2.400,00

Tabla 3: Tabla de costos por Viáticos

Fuente: Elaborada por los autores

6.4 Equipo de trabajo y realización

CONCEPTO	CANTIDAD	DÍAS	APLICACIÓN	UNITARIO	PARCIALES	FINALES
EQUIPO DE TRABAJO REALIZACIÓN						
Creación de Guión Técnico y Visualización	1	3	días	\$ 50,00	\$ 150,00	
Productor	1	3	mes	\$ 500,00	\$ 1.500,00	
Director	1	3	mes	\$ 800,00	\$ 2.400,00	
Honorarios para el Diseñador Gráfico	1		proyecto	\$ 600,00	\$ 600,00	
POR REPRODUCCIÓN						\$ 4.050,00

Tabla 4: Tabla de costos por Equipo de trabajo y realización

Fuente: Elaborada por los autores

6.5 Producción en Locación

CONCEPTO	CANTIDAD		APLICACIÓN	UNITARIO	PARCIALES	FINALES
PRODUCCIÓN EN LOCACIÓN						
Camarógrafo	2	15	día 10 hrs	\$ 50,00	\$ 1.500,00	
Asistente de camarógrafa	1	15	día 10 hrs	\$ 20,00	\$ 300,00	
Asistente Técnico	1	15	día 10 hrs	\$ 15,00	\$ 225,00	
Director de Fotografía	1	15	día 10 hrs	\$ 15,00	\$ 225,00	
Mensajero	1	1	mes	\$ 110,00	\$ 110,00	
Maquilladora	1	15	día 10 hrs	\$ 7,00	\$ 105,00	
POR PRODUCCIÓN EN LOCACIÓN						\$ 2.465,00

Tabla 5: Tabla de costos por Producción en locación

Fuente: Elaborada por los autores

6.6 Materiales a usar (adquiridos para el que financia el proyecto, y alquilados como recursos de apoyo)

CONCEPTO	CANTIDAD	DÍAS	APLICACIÓN	UNITARIO	PARCIALES	FINALES
MATERIALES A USAR (adquiridos para el que financia el proyecto, y alquilados como recursos de apoyo)						
1 Disco Duro Western Digital - (para ser entregado con el footage)	1			\$ 200,00	\$ 200,00	
1 Kit de Iluminación de Básica	1	15	días	\$ 120,00	\$ 1.800,00	
Cámara Panasonic nv-gs 17	1	15	día 10 hrs	\$ 80,00	\$ 1.200,00	
Casette Mini-DVD MAXELL	6		casette	\$ 3,00	\$ 18,00	
POR MATERIALES						\$ 3.218,00

Tabla 6:Tabla de costos por Materiales a usar

Fuente: Elaborada por los autores

6.7 Postproducción

CONCEPTO	CANTIDAD	DÍAS	APLICACIÓN	UNITARIO	PARCIALES	FINALES
POR POSTPRODUCCIÓN						
Digitalización de cassette Mini Dvd a la computadora	6		hora	\$ 5,00	\$ 30,00	
Estudio de grabación. Para voz en off	3	2	días	\$ 70,00	\$ 420,00	
Sonidista	1	15	día	\$ 10,00	\$ 150,00	
Editor	2	15	días/12 horas	\$ 20,00	\$ 600,00	
POR POSTPRODUCCION						\$ 1.200,00
INVERSION FINAL POR UN PROYECTO DOCUMENTAL DE 15 MINUTOS						\$ 13.553,00

Tabla 7:Tabla de costos por Postproducción

Fuente: Elaborada por los autores

6.8 Material Promocional

CONCEPTO	CANTIDAD	APLICACIÓN	UNITARIO	PARCIALES	FINALES
MATERIAL PROMOCIONAL PARA LA CAMPAÑA					
Gigantografías (120x80)	4	unidades	\$ 10,00	\$ 40,00	
Adhesivos (9 x 9cm)	500	unidades	\$ 0,25	\$ 125,00	
Banner Roll-Up	4	unidades	\$ 80,00	\$ 320,00	
POR MATERIAL PROMOCIONAL					\$ 485,00

Tabla 8:Tabla de costos por Material Promocional

Fuente: Elaborada por los autores

6.9 Muestra del Material

CONCEPTO	CANTIDAD	APLICACIÓN	UNITARIO	PARCIALES	FINALES
MUESTRA DE MATERIAL					
Gigantografías (120x80)	1	unidad	\$ 10,00	\$ 10,00	
Adhesivos (9 x 9cm)	1	unidad	\$ 1,00	\$ 1,00	
Banner Roll-Up	1	unidad	\$ 80,00	\$ 80,00	
POR MATERIAL PROMOCIONAL					\$ 91,00

Tabla 9:Tabla de costos por Muestra de material

Fuente: Elaborada por los autores

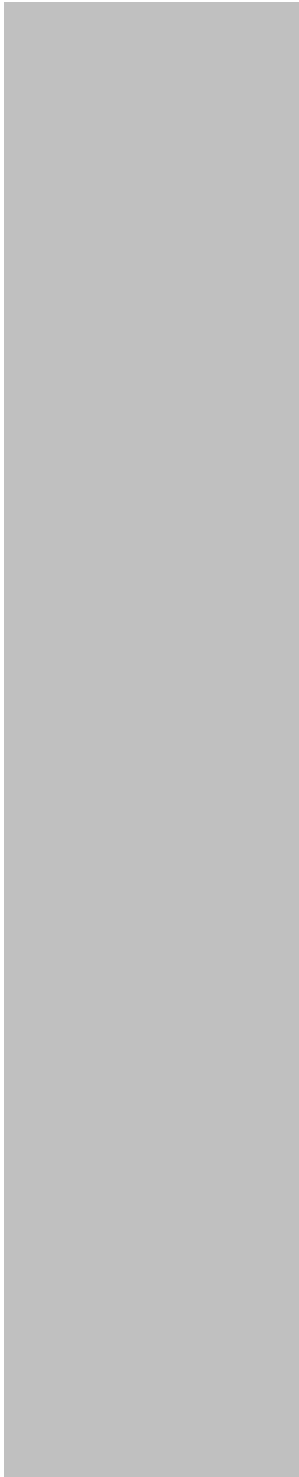
6.11 Flujo de caja

FLUJO DE CAJA				
Documental - Violencia Intra Familiar				
	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3
<i>Inversión Inicial</i>	\$15.465			
Egresos Etapa de Investigación				
Etapa de Investigación				
Diseño de Encuestas		\$60,00	-	-
Producción de Encuestas		\$20,00	-	-
Personal de apoyo logístico		\$100,00		
Transporte a entidades		\$40,00	-	-
		\$220,00		
Equipo Realizador del Proyecto				
Creación de Guión Técnico y Visualización		\$150,00	-	-
Productor		\$500,00	\$500,00	\$500,00
Director		\$800,00	\$800,00	\$800,00
Diseñador Gráfico		\$600,00	-	
		\$2.050,00	\$1.300,00	\$1.300,00
Producción en Locación				
Camarógrafo (2)		-	\$1.500,00	-
Asistente de camarografía		-	\$300,00	-
Asistente Técnico (1)		-	\$225,00	-
Director de Fotografía (1)		-	\$225,00	-
Mensajero (1)		-	\$110,00	-
Maquilladora (1)		-	\$105,00	-
			\$2.465,00	
Implementos				
1 Disco Duro Western Digital (para ser entregado con el footage)		\$200,00	-	-
1 Kit de Iluminación de Básica		\$1.800,00	-	-
Cámara Panasonic nv-gs 17		\$1.200,00	-	-
Casette Mini-Dvd MAXELL		\$18,00	-	-
		\$3.218,00		
Postproducción				
Digitalización de cassette Mini Dvd a la computadora		-	\$30,00	-
Estudio de grabación. Para voz en off		-	\$420,00	-
Sonidista		-	\$150,00	-
Editor		-	\$600,00	-
			\$1.200,00	
Material Promocional				
Gigantografías (120x80)		-	-	\$40,00

Adhesivos (9 x 9cm)	-	-	\$125,00		
Banner Roll-Up	-	-	\$320,00		
			\$485,00		
Material de Muestra					
Gigantografías (120x80)		\$10,00			
Adhesivos (9 x 9cm)		\$1,00			
Banner Roll-Up		\$80,00			
		\$91,00			
Costos Fijos Indirectos					
Viáticos					
Transporte para staff y equipo		\$1.500,00	-		
Gasolina transporte		\$900,00	-		
		\$2.400,00			
FLUJO		\$9.977,00	\$2.521,00	\$736,00	\$14.729,00
IMPREVISTO 5%					736,45
I.V.A 12%					\$1.767,48
TOTAL USD.					\$17.232,93

Tabla 11: Tabla de flujo de caja proyección 3 meses

Fuente: Elaborada por los autores



CAPÍTULO 7 **CONCLUSIONES** **Y RECOMENDACIONES**

7.1 CONCLUSIONES.

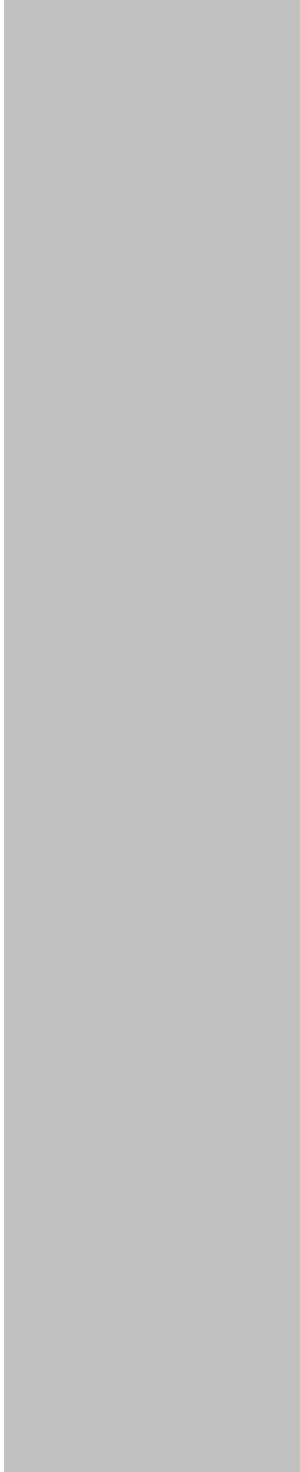
Luego de la investigación realizada se pudo concluir que la sociedad carece de información del tema pero lo más notorio es que no lo consideran parte de una problemática de nuestro entorno.

Considerando de esta manera que este documental tendrá una gran acogida por parte de aquellos a quien va dirigido el proyecto, quienes necesiten ayuda obtendrán la información debido el caso.

7.2 RECOMENDACIONES

En base al desarrollo de esta propuesta; el documental sobre la violencia intrafamiliar, se resolvió que sería recomendable, luego del lanzamiento de lo ya mencionado, se diera a conocer las necesidades que se pudo notar más de cerca de quienes fueron investigadas .

Para combatir esta problemática se llevara la debida información a organizaciones, empresas, sectores de distintos nivel socioeconómico y de esta manera encontrar una gran satisfacción de que el documental mostrará una nueva fase de lo que es, abriendo consigo campañas y así no dejar este proyecto aislado sino más bien convertirlo en una herramienta de concientización constante y efectiva.



ANEXOS

monografias.com

Agregar a favoritos Invitar a un amigo Ayuda Portugués

¡Regístrate! | Iniciar sesión

Buscar En el índice Busqueda avanzada

Monografias Nuevas Publicar Blogs Foros

Monografias.com > Estudio Social

Descargar Imprimir Comentar este trabajo Agregar a favoritos Enviar a un amigo Trabajos relacionados

Violencia familiar

Enviado por [filosophon](#)

1. [Introducción](#)
2. [Violencia familiar-generalidades](#)
3. [Violencia familiar-problema mundial](#)
4. [Violencia familiar-problemática y legislación en el Perú](#)
5. [Conclusiones](#)
6. [Sugerencias](#)
7. [Bibliografía](#)

INTRODUCCIÓN

Durante ya mucho tiempo nos hemos encontrado con problemas sociales que son recurrentes y que no son nada nuevos, que en muchas ocasiones nos hagan creer que el Estado encontró la solución aun problema que comienza en muchas de las ocasiones la podemos considerar como una falacia

<http://www.monografias.com/trabajos35/violencia-familiar/violencia-familiar.shtml>

22/10/2009

Polski
Portugués
Русский
Svenska
Türkçe

Causas del machismo [editar]

El machismo ha sido un elemento de control social y explotación sexista en muchas culturas ^[cita requerida]. Algunos factores mencionados y que podrían ser causa de su continuidad serían:

- **Leyes discriminatorias** hacia la mujer.
 - Diferencia de tratamiento en el caso del adulterio: en algunas culturas, el adulterio, o el embarazo previo a la concertación del matrimonio son castigadas con la pena capital.
 - Necesidad del permiso del varón para realizar actividades económicas ^[cita requerida].
 - Negación del derecho a voto o de otros derechos civiles (véase *sufragista*).
- **Educación machista** desde las escuelas y la propia familia, por el cual el proceso de enculturación trata de justificar y continuar el orden social existente. Eso incluye consideración de valores positivos la sumisión al marido, el matrimonio y la procreación como una forma preferente de autorrealización.
- **Discriminación en el ámbito religioso**, en países de predominio musulmán, en el cristianismo, en los ortodoxos judíos, en el hinduismo, etc. La Biblia contiene expresiones que son consideradas por algunas corrientes como machistas, por ejemplo, "la esposa de Noé", "las hijas de Lot", "la suegra de Pedro", las cuales son interpretadas como un indicio de posesión, lo cual se acentúa al no mencionar el nombre de estas mujeres del Antiguo Testamento. Otro ejemplo en el Nuevo Testamento es la expresión en la primera epístola de Pablo a los Corintios 14:34 (Versión Reina-Valera 1909) que dice: "Vuestras mujeres callen en las congregaciones; porque no les es permitido hablar".
- **División sexista del trabajo**, por el cual se prefieren a otros hombres en puestos decisivos. Originalmente la división sexista se fundamentó en la diferente capacidad física y muscular, en la que los hombres tenían ventaja comparativa: En cambio, en la sociedad actual la fuerza física perdió importancia, mientras que las capacidades intelectivas y las habilidades sociales fueron ganándola, lo que ha contribuido a la incorporación de muchas mujeres al trabajo asalariado. También se refiere a un pago de salario menor a las mujeres que a los hombres a cambio del mismo trabajo. El comportamiento sexista se debe a los prejuicios cognitivos de efecto Halo respecto a la fuerza, efecto de carro ganador, y a otros efectos como falsa vivencia por parte de los que quieren mantenerlo, que más tarde se convierten en falacias de apelar a la tradición, falacia por asociación y generalizaciones apresuradas.
- **Los medios de comunicación y la publicidad sexista**, al realzar ciertas conductas o modelos como siendo los más adecuados o típicos de las mujeres.
- **Inseguridad**: Este es un elemento a considerar. Algunos psicólogos han mencionado que si el hombre o mujer tienen baja seguridad


⚠ Listo pero con errores en la página.

Internet | Modo protegido: activado

100%

- Wiki pedía, la enciclopedia libre.htm
22/10/2009

Audiovisuales



Cáncer social

La violencia de género no es incidental, hace parte de las relaciones, de allí que, los estudios referentes han podido identificar al menos 4 fases en la dinámica de la violencia intrafamiliar y más concretamente en la violencia marital, que por su magnitud es considerada como una enfermedad social. El video al tiempo de mostrar las graves consecuencias que provoca este mal social, incita a un cambio de actitudes y valores para erradicarla.

© CEIME Producciones 1996 Género: docu-ficción, 7 minutos Disponible en la Librería Pomaire
Dirección: Amazonas 863 y Veintimilla Quito - Ecuador Teléfono: (593-2) 2 540-074

Sin miedo de ser mujer

A través de reveladores testimonios e irónicas situaciones, este vídeo pone en escena los diversos tipos, ámbitos y formas cotidianas de discriminación y violencia que las jóvenes deben confrontar en la familia y en el colegio.

© CEIME Producciones 1996 Género: docu-ficción, 15 minutos Disponible en la Librería Pomaire
Dirección: Amazonas 863 y Veintimilla Quito - Ecuador Teléfono: (593-2) 2 540-074

Tierra de nadie

Pone en escena el delito de la violación y muerte de Rosa Matilde Luna Morales, una anciana de 77 años, el drama es aún más conmovedor ya que se trata de la utilización de la violación como método de represalia, suceden más de 60 violaciones a mujeres (hijas, esposas) de Yuracruz, como

http://www.ceime.net/Pub_sGenero_Violencia.htm

19/09/2009



Para ayudar a proteger su seguridad, Internet Explorer impidió que esta página web ejecutara scripts o controles ActiveX que podrían obtener acceso al equipo. Haga clic aquí para ver opciones...

Quito, martes 22 de septiembre de 2009

Explored
ARCHIVO DIGITAL DE NOTICIAS DESDE 1994

Inicio Regístrese Búsqueda Archivo Digital Guía Médica Ecuador Online Presidentes Hombres Notables Parques Nacionales Webs

Archivado en | Comparte esta noticia

VIOLENCIA CONTRA LA MUJER
Publicado el 15/Enero/1995 | 00:00

Quito. 15.01.95. Ya en el umbral del siglo XXI, todavía en el Ecuador se presentan de manera reiterada situaciones de violencia contra la mujer. Es lamentable y a la vez cuestionable la realidad que experimenta el sector femenino de la población, más aun cuando las agresiones provienen generalmente de sus propios cónyuges o convivientes.

Casos de violencia doméstica ocurren en cada uno de los rincones del mundo, siendo la mujer la víctima más potencial de maltrato en su hogar. Sin embargo, la diferencia con otros países radica en que, a decir de los estudiosos del área penal, aquí no se cuenta con un espacio menor a otros países para la violencia...

Equipo | Modo protegido: desactivado

Violencia-contra-la-mujer-20881-20881.html

22/09/2009

Para ayudar a proteger su seguridad, Internet Explorer impidió que esta página web ejecutara scripts o controles ActiveX que podrían obtener acceso al equipo. Haga clic aquí para ver opciones...

Secciones

- Universitarios
- Internacionales
- Empleo
- Emprendimiento
- Preuniversia
- Académicos
- Investigación
- Acreditación y Financiamiento
- Barrio Joven

24/10/2007

El 83% de las mujeres percibe machismo en el trabajo

Sondeo reveló también que el 95% está optimista respecto al acceso futuro del género femenino a mayor cantidad de cargos directivos.

Así se desprende de un estudio de opinión elaborado por la Cámara Regional del Comercio de Valparaíso (CRCP), efectuado en el marco del V Encuentro Anual de Mujeres 2007 El Mundo del Trabajo y sus Desafíos, realizado en el Casino de Viña del Mar, y que contó con la participación de más de 350 mujeres.

De las asistentes, un 34% declaró ser empresaria; un 22%, gerentes; un 17%, gerente de área y un 27%, ejecutiva.

En cuanto a los resultados del estudio, se destaca que un 83% de las asistentes percibe que aún existen problemas de machismo en el trabajo, afectando en situaciones tales como el reconocimiento de labores realizadas, diferencias salariales, participación y desarrollo en la institución, y valoración de las capacidades físicas e intelectuales.

Lo más negativo de este resultado que en nada beneficia la imagen de los hombres en nuestro país y es que el mismo resultado es un 4% superior a lo expresado por ellas en la misma encuesta realizada el 2006. Peor aún, ante el cuestionamiento ¿cree que las ofertas de trabajo vienen condicionadas por razones de género?, ellas nuevamente en un alto porcentaje, esta vez del 76%, reconocieron que aún existe discriminación hacia la mujer en el mercado laboral, destacando en su mayoría que existen diferencias a la hora de conseguir un empleo y que éstas se dan dependiendo del tipo de cargo y el nivel de

Haz página de inicio

Buscar en Crónica

Contáctate con el Editor

Noticias de tu Universidad

Fotorreportajes

Agenda

Informe Educación Superior en Iberoamérica, Cinda 2007

Universidades Acreditadas

Carreras Acreditadas

conseguir: (no se han obtenido resultados) Equipo | Modo protegido: desactivado

noticia_actualidad.jsp.htm
24/10/2007

Machismo, feminismo: la mujer en el trabajo [Art...]

Colaboradores/as [Espacio interno]

(Buscar, en este sitio)

Secciones

#Especial: Recursos#

- Aprender mejor + Salidas profesionales
- Ciencias Sociales
- Griego
- Matemáticas
- Ordenadores, Internet
- Tecnología

...Nuestro IES...

Ciencia y sociedad

Cómo ser científico/a

Creación plástica

- Galería artística
- Logotipos y tipografías

Ética

- ¿Y tú qué harías? Dilemas de superhéroes
- Arte y problemas actuales
- Valores morales

Francia / Francés

- Cine
- Personajes

EVA M. GUTIERREZ, MINERVA RODRIGUEZ Y ALBA M. ESTEBANEZ

Publicado por **Alumnado CCSS/Ática 4º ESO-B** | 19 de abril de 2006

Sección **Problemas, retos, alternativas**

EN QUÉ CONSISTE EL PROBLEMA

El machismo es uno de los problemas que más afectan a Europa. Nosotras nos vamos a fijar más en España y en el aspecto de las diferencias de salarios en el mundo laboral, en el que se ha demostrado que las mujeres tienen menos oportunidades a la hora de conseguir un trabajo y además sus salarios tienen una gran diferencia respecto al de los hombres.

El problema del machismo es un conjunto de comportamientos y actitudes que rebajan la dignidad y los derechos de la mujer en comparación con el varón. El feminismo es como una autodefensa de las mujeres contra el machismo.

Los hombres que son machistas no aceptan y limitan en algunas cosas a la mujer, como por ejemplo en la posibilidad de ir a la universidad (en el pasado), en la menor presencia en los puestos directivos, en los trabajos que exijan gran esfuerzo físico... Hay muy pocos altos cargos en los gobiernos de otros países; en cambio, en España, la mitad de ministros son mujeres, aunque eso sucede en el caso de diputadas, en alcaldesas y otros cargos.

LA HISTORIA DEL FEMINISMO EN ESPAÑA

En España el feminismo comenzó durante el S.XIX, pero con menor presencia e influencia social que en otros países. En España existía el voto censitario y luego el universal masculino, con el que las mujeres no podían votar, y el feminismo luchaba contra eso, entre otras cosas. Las dos grandes figuras del feminismo fueron: Concepción Arenal (1820-1893) y Emilia Pardo Bazán (1851-1921). En el terreno educativo fue donde más se desarrolló el feminismo, pero se siguió dando distinta educación a hombres y mujeres. A las mujeres se les enseñaba cómo cuidar su hogar y su familia cuando fueran mayores. No se dejó estudiar a las mujeres el grado superior de enseñanza hasta el año 1910. Durante el S.XIX el analfabetismo femenino en España era de un 70%. Hasta el S.XX no se puede hablar con propiedad de un feminismo organizado y colectivo.

Listo Equipo | Modo protegido: desactivado

article.php.htm
23/09/2009

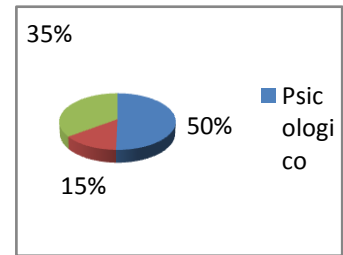
CUADRO ESTADISTICO DE PERSONAS ATENDIDAS

ENERO	141	37
FEBRERO	111	11
MARZO	190	44
ABRIL	172	25
MAYO	259	69
JUNIO	198	51
JULIO	173	51
AGOSTO	141	68
SEPTIEMBRE	174	55
OCTUBRE	201	77
NOVIEMBRE	156	56
DICIEMBRE	77	33
TOTAL	1993	577

2006



Psicológico	1993
Legal	577
Social	1387
TOTAL	3957



MUNICIPIO (AG/2006-ABR/2007)	
PSICOLOGICO	211
LEGAL	180
SOCIAL	146
TALLERES	582

F. María Guare (ENE-DIC/2007)	
PSICOLOGICO	2167
LEGAL	684
SOCIAL	2033
TALLERES	250

INFA ENE-SEP/2007	
PSICOLOGICO	364
LEGAL	9
SOCIAL	143
TALLERES	2800

F. María Guare (ENE-DIC/2006)	
PSICOLOGICO	1993
LEGAL	577
SOCIAL	1387
TALLERES	350

TOTALES FMG-INFA-MUNICIPIO	
PSICOLOGICO	4524
LEGAL	1270
SOCIAL	3709
TALLERES	3982

ATENCION LEGAL, SOCIAL, PSICOLÓGICA 2006/2007



Atención Ps-Leg-Soc, INFA (ENE-SEPT/2007)	3316
Atención Ps-Leg-Soc, MUNICIPIO (Agosto/2006-Abr/2007)	1119
Atención Ps-Leg-Soc, F. María Guare (Ene-Dic./2006)	4307
Atención Ps-Leg-Soc, F. María Guare (Ene-Dic./2007)	5134
TOTAL	13876

TALLERES DE PREVENCIÓN

TALLER DE PREVENCIÓN MUNICIPIO (Agosto/2006-Abr/07)	582
TALLER DE PREVENCIÓN INFA (ENE-SEPT/2007)	2800
TALLER DE PREVENCIÓN F. MARIA GUARE (ENE-DIC/2006)	350
TALLER DE PREVENCIÓN F. MARIA GUARE (ENE-DIC/2007)	250
TOTAL	3982

ESTADISTICAS/2008

INFA/2008	
PSICOLOGICO	131
LEGAL	79
SOCIAL	186
TALLERES	2500

MUNICIPIO (SEP-OCT-NOV-DIC/2008)	
PSICOLOGICO	69
LEGAL	165
SOCIAL	98
TALLERES	220



F. María Guare (ENE-DIC/08)	
PSICOLOGICO	2091
LEGAL	580
SOCIAL	2128
TALLERES	300

TOTALES FMG-INFA-MUNICIPIO	
PSICOLOGICO	2291
LEGAL	824
SOCIAL	284
TALLERES	2720

ATENCION LEGAL, SOCIAL, PSICOLÓGICA/2008

Atencion Ps-Leg-Soc, INNFA (JUNIO-DIC/2008)	396
Atencion Ps-Leg-Soc, MUNICIPIO(Sep-Dic/2008)	332
Atencion Ps-Leg-Soc, F. Maria Guare (Ene-Dic/2008)	2671
Talleres de Prevención en VIF, Delito Sexual, etc.(INFA-FMG-	3020
TOTAL	6419

TALLERES DE PREVENCIÓN

TALLER DE PREVENCIÓN MUNICIPIO (SEP-DIC/2008)	220
TALLER DE PREVENCIÓN INFA (JUN-DIC/2008)	2500
TALLER DE PREVENCIÓN F. MARIA GUARE (ENE-DIC/2008)	300
TOTAL	3020

Comercialización

Plan 1 - Auspicio - Canal 2		
2 cuñas diarias de hasta 30"	1 sobreimposición diaria de 7"	1 mención diaria
* Exclusividad de línea		
Valor Mensual: \$6,000		

Plan 2 Segmento Cocina Nacional	Plan 3 Activación en pantalla Canal 2
<p>Frecuencia: Lunes a Viernes</p> <p>Derechos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Integración de marca 1 vez a la semana en el segmento. - Duración aproximada del segmento: 3 minutos - 1 mención diaria en el segmento - 1 cuña diaria de hasta 30" - 1 sobreimposición diaria en el segmento <p style="text-align: center;">* Exclusividad de línea</p> <p>Valor Mensual: \$12,000</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo de una actividad que integra la marca de manera creativa. - Duración: Hasta 2 minutos. <p style="text-align: center;">* Este paquete no incluye exclusividad de línea, y sólo es factible su realización si está libre la categoría en el programa.</p> <p>Valor por activación: \$1,000</p>

Canal 2 Guayaquil **Lunes a Viernes 08H30 - 10H30** **ecuavisa**

Figura A.: Cotización de “En Contacto”
Fuente: Dpto. Comercialización Ecuavisa

Cecilia San Andrés de Orellana
 Asesor Comercial
 Ecuavisa
 Teléfonos: 2690436-2287923
 562444 ext.247-248-249
 Celular: 093007020-096028078
 email: csanandres@ecuavisa.com



Pymes

Hogar | Pymes | Corporativo

Inicio / Pymes / Planes Pymes

Descripción

Planes Professional Pack

Planes PymePack

Beneficios

Contratación

Medidor de banda ancha

Norma de Calidad SVA

Ancho de banda disponible

Asistencia

Planes Pymes

Aproveche todas las opciones que tiene el Internet para hacer más productivo y rentable su negocio.

Promoción

"Consulta a nuestros asesores comerciales por promociones vigentes."



Planes

PROFESSIONAL PACK 500	PROFESSIONAL PACK 1000	PROFESSIONAL PACK 2000	PROFESSIONAL PACK 3000
US\$ 29,90 mensual	US\$ 49,90 mensual	US\$ 84,90 mensual	US\$ 116,90 mensual
Download hasta 512 Kbps Upload hasta 128 Kbps	Download hasta 1024 Kbps Upload hasta 256 Kbps	Download hasta 2048 Kbps Upload hasta 256 Kbps	Download hasta 3072 Kbps Upload hasta 512 Kbps

[ver más »](#)

[Inicio](#) | [Publicidad on line](#) | [Publicidad impresa](#) | [El Universo news](#)

EL UNIVERSO / Publicidad on line

Inicio
Secciones para anunciar
Formatos y especificaciones
Perfil de audiencia
Tarifas
Contáctenos

Tarifas

TARIFAS POR CUPOS				
Páginas	Megabanner	Half Banner	Banner Cuadrado	Full Banner
Home	\$ 3.600	\$ 3.600	\$ 3.000	\$ 2.400
Deportes	\$ 2.880	\$ 2.880	\$ 2.400	\$ 1.920
Locales	\$ 600	\$ 600	\$ 500	\$ 400
Noticias	\$ 2.880	\$ 2.880	\$ 2.400	\$ 1.920
Entretenimiento	\$ 1.200	\$ 1.200	\$ 1.000	\$ 667
Opinión	\$ 2.520	\$ 2.520	No disponible	No disponible

TARIFAS POR CUPOS		
Páginas	Megabanner Expandible	Banner Flotante
Home	\$ 6.040	No disponible
Deportes	\$ 4.032	\$ 6.000

Megabanner

Halfbanner

00001534

27 MAY 2010

Señorita
SANDRA MALDONADO
COORDINADORA DEL PROYECTO
Presente

De mis consideraciones:

En referencia a su oficio de mayo 19/2010, me permito comunicar a usted que nos interesa sobre manera apoyar la gestión académica de creación audiovisual que producirán como proyecto de titulación y no tendríamos inconveniente en brindar el aval una vez que se nos muestren los productos comunicacionales producidos para poder valorar el abordaje conceptual y gráfico que se daría al tema.

En atención a la propuesta se delega al Soc. Vicente Arboleda para que dialogue con los proponentes, a fin de viabilizar el aval solicitado.

Atentamente,



Dra. Mónica Franco Pombo
SUBSECRETARIA REGIONAL DE EDUCACIÓN DEL LITORAL

Copia a: Lic. Vicente Arboleda, Área de Cultura
MFP/Jacqueline



Guayaquil, 19 Mayo del 2010

Dra. Mónica Franco Pombo
Subsecretaria Regional de Educación del Litoral y Galápagos

En su despacho

De mi consideración

Distinguida Maestra, somos un grupo de estudiantes de la Escuela Superior Politécnica del Litoral en la carrera de Diseño gráfico y Producción Audiovisual (Xiomara Villón, Andrés Fierro y Sandra Maldonado) estamos cursando el último año, por tal motivo debemos realizar la tesis de graduación que consiste en un Proyecto y Documental sobre la "Violencia Intrafamiliar" debido a que es un tema muy importante en la actualidad.

Por tal razón, molestamos su atención para solicitarle, muy comedidamente, nos permita contar con el Aval del Ministerio de Educación, ya que es una Institución que brinda muchos conocimientos a la comunidad y así junto al Proyecto podamos concientizar a las personas de este fenómeno que afecta a la sociedad.

El documental de la "Violencia Intrafamiliar" captará el origen y consecuencias generadas por este tipo de agresión intrafamiliar, para crear conciencia tanto en las entidades especializadas como en las personas involucradas, con el fin de mejorar la comunicación familiar.

Por lo tanto, el Aval del Ministerio de Educación y de otras Instituciones será de gran apoyo para este proyecto, que será difundido por algunos medios de comunicación televisiva, prensa, y afiches publicitarios, para lograr tener una comunicación masiva con la comunidad.

Esta campaña tendrá un determinado tiempo de 7 días para la presentación del documental en el MAC CINE, además se dará a conocer en algunas Instituciones Educativas.

Esperando tener una respuesta favorable a nuestro pedido, le quedamos de antemano muy agradecidos.



Sandra Maldonado L.
Ced. 1206160911
COORDINADORA DEL PROYECTO

