

## ÍNDICE

### INTRODUCCIÓN

### CAPÍTULO I

#### MARCO TEÓRICO

1.1 El hambre en México.....	3
1.1.1 ¿Cómo aproximarse al hambre?.....	3
1.1.2 Pobreza.....	5
1.1.3 Diagnóstico de Puebla .....	7
1.2 Comunicación para el desarrollo social.....	7
1.2.1 El paradigma dominante o de la Modernización.....	8
1.2.2 Teoría de la Difusión de Innovaciones.....	9
1.2.3 Marketing Social.....	10
1.2.4 Campaña Social.....	13
1.2.4.1 Antecedentes de Campañas Sociales.....	16
1.2.4.1.1 Campaña a Nivel Nacional.....	17
1.2.4.1.2 Campaña a Nivel Estatal.....	17
1.2.4.1.3 Campaña a Nivel UDLAP.....	18
1.3 Donación.....	20
1.3.1 Psicología del donante.....	24
1.3.1.1 Para que te den, tienes que pedir.....	26
1.3.1.2 La gente apoya a las personas o los bienes.....	26
1.3.1.3 La captación de fondos es un asunto del corazón.....	26
1.4 Psicología del color.....	27

### CAPÍTULO II

#### MARCO HISTÓRICO REFERENCIAL

2.1 Banco de Alimentos Puebla (BAMX).....	30
2.2 Colegios Residenciales.....	31
2.2.1 Estructura de Colegios.....	32
2.2.2 Colegio José Gaos.....	32

### CAPÍTULO III

#### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Enfoque y proceso de investigación.....	34
3.2 Alcance de la investigación.....	34
3.3 Diseño de investigación: instrumento de medición.....	34
3.4 Análisis e interpretación de resultados.....	36
3.5 Estrategia de comunicación social: ALIMENTA CORAZONES.....	42
3.5.1 Cliente.....	42
3.5.2 Proyecto.....	42
3.5.3 Definición del Problema (Antecedentes).....	43
3.5.4 Público Objetivo.....	43
3.5.4.1 Perfil demográfico.....	43
3.5.4.2 Perfil psicográfico.....	43
3.5.4.3 Delimitación del público objetivo.....	43
3.5.4.4 Público secundario.....	44
3.5.5 Objetivo general.....	44

3.5.6	Objetivos específicos.....	45
3.5.7	Concepto rector.....	45
3.5.8	Desarrollo de campaña.....	45
3.5.9	Duración.....	46
3.5.10	Psicología del color.....	46
3.5.11	Etapas de la campaña.....	47
3.5.11.1	Etapa Expectativa.....	47
3.5.11.2	Etapa Lanzamiento.....	47
3.5.11.3	Etapa Mantenimiento.....	48
3.5.11.4	Etapa Cierre.....	49
3.5.12	Selección de medios y pauta.....	50
3.5.13	Dinámica de la campaña.....	54
3.5.14	Incentivos de la campaña.....	54
3.5.15	Presupuesto.....	55

#### **CAPÍTULO IV**

4.1	Conclusiones.....	56
-----	-------------------	----

	<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>58</b>
--	--------------------------	-----------

#### **ANEXOS**

Anexo 1	Elementos Logotipo.....	60
Anexo 2	Logotipo Final.....	60
Anexo 3	Gráficos Etapa Expectativa.....	61
Anexo 4	Gráficos Etapa Lanzamiento.....	64
Anexo 5	Gráficos Etapa Mantenimiento.....	67
Anexo 6	Gráfico Etapa Cierre.....	70
Anexo 7	Módulos de recolección.....	72
Anexo 8	Pin de Agradecimiento.....	74
Anexo 9	Tablas de Frecuencia.....	74

## ÍNDICE GRÁFICAS

Gráfico 1.1 1 Diagrama ¿Cómo aproximarse al hambre?.....	3
Gráfico 1.12. Carencias sociales de la población en pobreza extrema de alimentación y de la población total, 2012.....	6
Gráfico 1.1 3 ¿Cómo prefiere realizar su aportación o dar su ayuda?.....	23

## ÍNDICE TABLAS

Tabla 1. Maneras más frecuentes de donar en México.....	20
Tabla 2. ¿Qué motiva a los mexicanos a donar?.....	21
Tabla 3. Razones por las cuales los mexicanos no hacen donaciones.....	22
Tabla 4. Nivel de confianza que los mexicanos tienen sobre las instituciones dedicadas a la filantropía.....	23
Tabla 5. Razones por las cuales los mexicanos prefieren dar ayuda directa en vez de acudir a una fundación.....	24
Tabla 6. Contingencia SEMESTRE* ¿Conoces la organización BAMX?.....	37
Tabla 7. Contingencia SEMESTRE* Frecuencia de donaciones a una ONG.....	38
Tabla 8. Contingencia SEXO* Confianza hacia las ONG'S.....	38
Tabla 9. Contingencia Disponibilidad de donar* ¿Conoces BAMX?.....	39
Tabla 10. Contingencia SEXO* ¿Qué sentimiento te motiva a donar?.....	39
Tabla 11. Contingencia SEXO* Características más importantes para una campaña social de éxito.....	40
Tabla 12. Contingencia Dona \$30.00* Frecuencia de donaciones hacia ONG.....	40
Tabla 13. Contingencia Dona \$30.0* ¿Cómo realizarías tu donación?.....	41
Tabla 14. Contingencia SEMESTRE* ¿Cómo realizarías tu donación?.....	42