



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA:

“PROMOCIÓN DE LA GESTIÓN SOCIAL, CULTURAL Y ECONÓMICA DEL GAD DE LA PARROQUIA RURAL DE AMBUQUI DEL CANTÓN IBARRA DE LA PROVINCIA DE IMBABURA”

Trabajo de grado previo a la obtención del título de Licenciada en Diseño Gráfico

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: Desarrollo Artístico, Diseño y Publicidad

Autora:

Cristina Elizabeth Moreno Yandún

Directora:

Mg. Ana Lucía Mediavilla Sarmien

Ibarra, Septiembre 2017

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

Luego de haber sido designada por el Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte de la Ciudad de Ibarra, he aceptado con satisfacción participar como directora de tesis del siguiente tema: “PROMOCIÓN DE LA GESTIÓN SOCIAL, CULTURAL Y ECONÓMICA DEL GAD DE LA PARROQUIA RURAL DE AMBUQUI DEL CANTÓN IBARRA DE LA PROVINCIA DE IMBABURA”. Trabajo realizado por la señorita egresada: Cristina Elizabeth Moreno Yandún, previo a la obtención del título de Licenciada en Diseño Gráfico.

A ser testigo y corresponsable directo del desarrollo del presente trabajo de investigación, que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sustentado públicamente ante el tribunal que se ha designado oportunamente.

Esto es todo lo que puedo certificar por ser justa y legal.


Mg. Ana Lucía Medavilla Sarmiento
DIRECTORA

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

Los miembros del Tribunal aprueban el informe de investigación, sobre el tema: "PROMOCIÓN DE LA GESTIÓN SOCIAL, CULTURAL Y ECONÓMICA DEL GAD DE LA PARROQUIA RURAL DE AMBUQUI DEL CANTÓN IBARRA DE LA PROVINCIA DE IMBABURA", de la estudiante Moreno Yandún Cristina Elizabeth, previo a la obtención del título de Licenciada en Diseño Gráfico.

Ibarra, 27 de Octubre de 2017

Para constancia firman


Mg. Ana Lucía Mediavilla
DIRECTORA


Mg. Santiago Loaiza
MIEMBRO DEL TRIBUNAL


Mg. Lorena Jaramillo
MIEMBRO DEL TRIBUNAL


Mg. Jacqueline Yépez
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

AUTORÍA

Yo, Moreno Yandún Cristina Elizabeth con cédula de ciudadanía 100372654-2 declaro bajo juramento que la presente investigación es de total responsabilidad de la Autora, y que se han respetado las diferentes fuentes de información realizando citas correspondientes.

A handwritten signature in blue ink, consisting of three horizontal lines with the name 'CRISTINA MORENO YANDUN' written across them.

Moreno Yandún Cristina Elizabeth

C.I: 100372654-2

RESUMEN

El propósito del trabajo de grado fue diagnosticar acerca de la escasa promoción de la gestión social, cultural y económica del GAD rural de Ambuqui durante septiembre 2016 – septiembre 2017. Posteriormente se redactó la contextualización del problema donde se hace mención a la escasa promoción que existe en la parroquia rural, los objetivos y la justificación, se explicó las razones porque se realizó este diagnóstico, cuales son los aportes, a quienes va a beneficiar los resultados obtenidos. Para la construcción del Marco Teórico se investigó de acuerdo a las categorías relacionadas con: diseño, identidad corporativa, promoción, gestión social, cultural y económica mismos que se indagaron en libros, revistas, internet. Luego se procedió a desarrollar el marco metodológico, que se refiere a los tipos de investigación, métodos, técnicas e instrumentos, posteriormente se aplicó las encuestas y entrevista relacionadas a la promoción social, cultural y económica. Luego se procedió a representar en cuadros y barras, se analizó e interpretó cada una de las preguntas encuestas y entrevista aplicadas a la población, presidente del GAD parroquial respectivamente. Después, se redactó las conclusiones y recomendaciones, las mismas que tienen relación con los objetivos propuestos y estos guiaron la elaboración y construcción de la revista digital, manual de imagen corporativa donde se encontrarán los elementos constitutivos de la identidad visual del GAD parroquial rural de Ambuqui, mismos que establecen las pautas de construcción, el uso de las tipografías y las aplicaciones cromáticas de la imagen. La consolidación de la nueva imagen que necesita de una atención especial a las recomendaciones expuestas en este manual, como documento que garantiza una unidad de criterios en comunicación y difusión pública. Además con la revista digital se informará a la población acerca de las actividades que realiza el GAD ya sean estas sociales, culturales y económicas.

Palabras claves: Diseño Gráfico, Revista, Imagen Corporativa, Promoción, GAD Parroquial Rural de Ambuqui.

ABSTRACT

The purpose of this degree work was to diagnose the poor promotion of social, cultural and economic management of the parish of Ambuqui from September 2016 to September 2017. Then the contextualization of the problem was written, mentioning the scarce promotion that exists in this rural parish, the objectives and justification where the reasons were explained as this diagnosis was made, which are the contributions, and who will benefit from the obtained results. For the creation of the Theoretical Framework the researched categories were related to: design, corporate identity, and promotion, social, cultural and economic management that were searched in books, magazines, and internet. The Methodological Framework was then developed, which refers to the types of research, methods, techniques and instruments, followed by surveys and interviews related to social, cultural and economic promotion, then proceeded to represent in tables and diagrams Circulars and bars were later analyzed and each of the survey questions were interpreted this also was performed on the applied interview, both tools applied to the chosen population, and to the president of the parish respectively, then the conclusions and recommendations related to the proposed objectives were written, this was done for the elaboration of the digital magazine, manual of corporate identity where the constituent elements of the visual identity of the rural parochial of Ambuqui were found, as constituent elements we establish the construction patterns, the use of the typographies and the chromatic applications of the brand . The consolidation of the new image that needs a special attention to the recommendations set forth in this Manual, as a document that guarantees us a unit of criteria in our communication and public dissemination. With this digital magazine the population will be informed about the activities that parish managers perform whether being these social, cultural and/or economic.

Keywords: Graphic Design, Magazine, Corporate Image, Promotion, Rural Parochial GAD of Ambuqui.



Vicior Rodriguez

[Handwritten signature]

DEDICATORIA

A mi madre Teresa por motivarme a culminar esta fase importante de mi vida, por ser el motivo principal de superación, y aconsejarme principalmente con sabiduría divina, lo primordial para la vida.

Cristina Moreno.

AGRADECIMIENTO

A Dios.

Por permitirme lograr mi principal objetivo de vida, brindándome salud, amor, protección y superación.

Manifiesto mi profundo y eterno agradecimiento a todo el grupo de personas y docentes, que estuvieron vinculados en la formación de Licenciada en Diseño Gráfico, de la Universidad Técnica del Norte.

De manera especial mi sentimiento de gratitud y reconocimiento a la Mg. Ana Lucía Mediavilla Sarmiento directora de mi proyecto, quien con su sabiduría y conocimiento científico ha guiado de manera espléndida este trabajo para la conclusión de la carrera.

Al GAD Parroquial de Ambuqui, por abrirme las puertas para de esta manera culminar una de las etapas más importantes de mi vida.

Cristina

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR.....	ii
PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	iii
AUTORÍA.....	iv
RESUMEN.....	v
ABSTRACT.....	vi
DEDICATORIA.....	vii
AGRADECIMIENTO.....	viii
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	ix
ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	9
1. MARCO TÉORICO.....	9
1.1 El Diseño	9
1.2 Elementos del diseño	10
1.3 Diseño Gráfico.....	14
1.4 Diseño Editorial.....	20
1.5 Imagen corporativa.....	28

1.6	Manual de imagen corporativa.....	30
1.7	Revista digital.....	31
1.8	Manual de estilo gráfico de la revista digital.....	32
1.9	La promoción.....	33
1.10	Gestión social.....	35
1.11	Gestión cultural.....	36
1.12	Gestión económica.....	36
1.13	Provincia de Imbabura.....	37
1.14	Cantón Ibarra.....	37
	CAPÍTULO II.....	41
2.	MARCO METODOLÓGICO.....	41
2.1	Tipo de Investigación.....	41
2.2	Métodos.....	42
2.3	Técnicas e Instrumentos.....	44
2.4	Matriz de Relación.....	45
2.4	Población.....	46
2.5	Muestra.....	47
	CAPÍTULO III.....	49
3.	ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	49

3.1	Resultados de la encuesta aplicada a la población.....	62
3.2	Análisis de la entrevista aplicada.....	63
CAPÍTULO IV.....		69
4.	PROPUESTA.....	69
4.1	Título de la Propuesta.....	69
4.2	Justificación.....	69
4.3	Fundamentación.....	70
4.4	Objetivos.....	73
4.4.1	Objetivo General.....	73
4.4.2	Objetivos Específicos.....	74
4.5	Ubicación Sectorial y Física.....	74
4.6	Desarrollo de la Propuesta.....	74
4.7	Impacto.....	91
4.8	Difusión.....	92
4.9	Conclusiones.....	92
4.10	Recomendaciones.....	93
4.11	Contestación a las preguntas de investigación.....	94
4.12	Glosario de términos.....	96
4.13	Referencias bibliográficas.....	98

Anexos.....	100
Árbol de problemas.....	101
Matriz de coherencia.....	102
Matriz de Categorical.....	103
Matriz diagnóstica.....	104
Encuesta.....	105
Entrevista.....	107
Fichas de observación.....	108
Certificaciones.....	114
Fotografías.....	116

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No.1 Género.....	49
Tabla No.2 Gestión actual del GAD.....	50
Tabla No.3 Actividades culturales.....	51
Tabla No.4 Actividades económicas.....	52
Tabla No.5 Colaboración de la ciudadanía con el GAD.....	53
Tabla No.6 Actividades culturales.....	54
Tabla No.7 Actividades económicas.....	55
Tabla No.8 Socialización de actividades.....	56
Tabla No.9 Informe periódico de actividades.....	57
Tabla No.10 Medios de información.....	58
Tabla No.11 Recibe Información social.....	59
Tabla No.12 Información cultural.....	60
Tabla No.13 Información económica.....	61
Tabla No.14 Información recibida.....	62

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No.1 Género.....	49
Gráfico No.2 Gestión actual del GAD.....	50
Gráfico No.3 Actividades culturales.....	51
Gráfico No.4 Actividades económicas.....	52
Gráfico No.5 Colaboración de la ciudadanía con el GAD.....	53
Gráfico No.6 Actividades culturales.....	54
Gráfico No.7 Actividades económicas.....	55
Gráfico No.8 Socialización de actividades.....	56
Gráfico No.9 Informe periódico de actividades.....	57
Gráfico No.10 Medios de información.....	58
Gráfico No.11 Recibe Información social.....	59
Gráfico No.12 Información cultural.....	60
Gráfico No.13 Información económica.....	61
Gráfico No.14 Información recibida.....	62

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura No.1 Página y su composición.....	23
Figura No.2 Representación de la retícula del manuscrito.....	26
Figura No.3 Representación de la retícula jerárquica.....	27
Figura No.4 Representación de la retícula modular.....	27
Figura No.5 Identidad visual.....	29
Figura No.6 Creación de una hoja preliminar en Adobe Indesign.....	71
Figura No.7 Boceto para la creación de la imagen corporativa.....	75
Figura No.8 Boceto para la creación de la imagen corporativa.....	75
Figura No.9 Boceto para la creación de la imagen corporativa.....	76
Figura No.10 Boceto para la creación de la imagen corporativa.....	76
Figura No.11 Fotografías de la mujer dormida y la planta de ovo.....	77
Figura No.12 Digitalización de la imagen en el software Ilustrador.....	77
Figura No.13 Digitalización de la imagen en el software Ilustrador.....	77
Figura No.14 Digitalización de la imagen en el software Ilustrador.....	78
Figura No.15 Digitalización de la imagen en el software Ilustrador.....	78
Figura No.16 Digitalización de la imagen en el software Ilustrador.....	79
Figura No.17 Portada y contraportada del manual de i.corporativa.....	79
Figura No.18 Presentación del manual de identidad corporativa.....	80
Figura No.19 Créditos y presentación del manual de imagen corporativa.....	80
Figura No.20 Contenidos del manual de imagen corporativa.....	81
Figura No.21 Portada y contraportada de la revista El Ambuco.....	81
Figura No.22 Páginas internas de la revista El Ambuco.....	82

Figura No.23 Páginas internas de la revista El Ambuco.....	82
Figura No.24 Editorial de la revista El Ambuco.....	83
Figura No.25 Primera sección de la revista.....	83
Figura No.26 BOCADOS DE SOCIEDAD.....	83
Figura No.27 BOCADOS DE SOCIEDAD.....	84
Figura No.28 BOCADOS DE SOCIEDAD.....	85
Figura No.29 Segunda sección de la revista.....	85
Figura No.30 SOMOS DEL MISMO BARRO.....	85
Figura No.31 SOMOS DEL MISMO BARRO.....	85
Figura No.32 SOMOS DEL MISMO BARRO (tema central).....	85
Figura No.33 SOMOS DEL MISMO BARRO.....	86
Figura No.34 NOTICIAS.....	86
Figura No.35 NOTICIAS.....	86
Figura No.36 NOTICIAS.....	87
Figura No.37 Sección No.4 SABERES ANCESTRALES.....	87
Figura No.38 Sección No.4 SABERES ANCESTRALES.....	87
Figura No.39 Sección No.4 SABERES ANCESTRALES.....	88
Figura No.40 Sección No.5 CLASIFICADOS.....	88
Figura No.41 Reversa de la contraportada (Publicidades).....	88
Figura No.42 Portada y contraportada del manual de estilo gráfico.....	89
Figura No.43 Presentación del manual de estilo gráfico	89
Figura No.44 Créditos y presentación del manual de estilo gráfico	90
Figura No.45 Contenidos del manual de estilo gráfico	90

Introducción

Tema: “PROMOCIÓN DE LA GESTIÓN SOCIAL, CULTURAL Y ECONÓMICA DEL GAD DE LA PARROQUIA RURAL DE AMBUQUI DEL CANTÓN IBARRA DE LA PROVINCIA DE IMBABURA”.

Con la presente investigación se determinó que existe una escasa promoción social, cultural y económica en la parroquia rural de Ambuqui, ubicada en el cantón Ibarra, provincia de Imbabura. Con este diagnóstico se identificó causas y efectos que configuran el problema de investigación, que a continuación se detallan: falta de personal técnico y especializado en Diseño Gráfico, apoyo externo y de recursos económicos cuyos efectos son los siguientes: ciudadanía desinformada y poco empoderada del GAD y políticamente la ciudadanía no los elige. Para lo cual se planteó una alternativa de solución, cuyo objetivo principal fue informar acerca de la gestión social, cultural y económica del GAD parroquial rural. Para lo cual se creará un manual de imagen corporativa, el cual se divide en: criterios gráficos, papelería institucional, publicidad/publicaciones propias, artículos promocionales, señalética.

Además se creará una revista digital, la cual contendrá 6 secciones diferentes: páginas preliminares, bocados de sociedad, somos del mismo barro, noticias, saberes ancestrales y clasificados para que de esta manera la ciudadanía, moradores y turistas conozcan y participen acerca de las actividades que se realizan en la parroquia.

Así también se establecerán un manual de estilo gráfico para que realicen las siguientes ediciones de la revista la cual contendrá una periodicidad. De esta manera los habitantes se informarán acerca de las actividades que realizan las autoridades locales. Esta revista es importante porque sirve como un documento informativo para los pobladores y turistas que

visitan Ambuqui de esta manera podrán guiarse y llegar a conocer la diversidad cultural, social y económica.

Luego de conocer estos breves antecedentes, a continuación se detalla cómo está estructurado el informe final:

Capítulo I, corresponde al marco teórico en el cual se desarrolla las dos variables independiente y dependiente.

Capítulo II, se refiere a la metodología, donde se plantea los tipos de investigación, los métodos, técnicas e instrumentos utilizados, población, cálculo muestral.

Capítulo III, análisis y discusión de resultados, se refiere a la aplicación de una encuesta a los moradores de la parroquia y una entrevista al presidente del GAD parroquial.

Capítulo IV, la propuesta que comprende la creación de una imagen corporativa con su respectivo manual, una revista digital informativa que contiene 6 secciones diferentes: Páginas preliminares, bocados de sociedad, somos del mismo barro, noticias, saberes ancestrales y clasificados. También un manual de la misma que contendrá los parámetros establecidos para la próxima edición de revista trimestral. También se redactará las respectivas conclusiones y recomendaciones. Posteriormente se encuentra las fuentes de referencia en la que contiene: el glosario de términos, referencias bibliografías, lincografías y finalmente los anexos.

Antecedentes

Ambuqui es una parroquia rural, ubicada en la provincia de Imbabura, cantón Ibarra, en donde habita el pueblo afroecuatoriano, anteriormente pertenecía a la parroquia de Pimampiro, pero de acuerdo con la “Ley de División Territorial de la Gran Colombia, expedida en Bogotá, el 25 de junio de 1824 fue reconocida como parroquia civil”. (Erazo, p. 33). En 1927 recién fue denominada parroquia eclesiástica.

La parroquia rural se encuentra situada a 34 kilómetros al noreste de Ibarra, limita al norte con la provincia del Carchi, al sur con la parroquia de Mariano Acosta, al este con la quebrada de Chalguyacu y al oeste con la hacienda Pimán. Esta parroquia cuenta con una población de 6187 habitantes incluidos los de las comunidades aledañas como son: El Chota, Juncal, Carpuela, San Clemente, Peñaherrera, Rancho Chico, Chaupi Guarangui, Apangora y San Francisco.

Es una tierra muy privilegiada por sus costumbres, lugares turísticos, hospedaje, tradiciones, gastronomía y la biodiversidad de frutos típicos que posee. Se conservan grandes extensiones de plantas comerciales como son: el guandul (fréjol), yucas y café, pero también se puede encontrar frutos típicos del lugar como: ovos, guayabas, papayas, limones, bananos, aguacates, mangos, naranja agria, chirimoya, moras, guabas, tunas y mandarinas.

El ovo es el principal fruto de la parroquia debido, a que la mayoría de habitantes se dedican a su cultivo, es por ello que existe una producción que varía de 20 000 a 30 000 kilos por hectárea, según un estudio del Ministerio de Agricultura, los cuales son utilizados para elaborar productos tradicionales como: helados, vinos, canario, mistelas y mermeladas.

La entrada de Ambuqui es muy atrayente por su vista, debido a que existe una formación rocosa similar a la de una mujer dormida, que es uno de los principales atractivos turísticos de la parroquia, también se encuentra un monumento muy representativo a la cosecha de ovo, ubicado en el parque central. Existen además tiendas artesanales, una de ellas es “Coangue”, donde exponen una diversidad de artesanías elaboradas manualmente, la Asociación de Turismo y Cultura Afroecuatoriana “Aroma Caliente” y la playa de Ambuqui, que está entre los principales atractivos que tienen acogida de los turistas.

Las tradiciones que van año a año, son la Fiesta del ovo en el mes de marzo, es la fiesta más importante de la parroquia debido a que se realizan diferentes eventos culturales como

son: elección y coronación de la reina, misa en honor de gracia por los frutos, alimentos y además la venta de los diferentes productos que se fabrican con el ovo. También existe la tradición en el mes de junio, como son los principales Inti Raymis conocida como (Fiesta de San Pedro y San Pablo), y los carnavales nocturnos en el mes de febrero. Esa noche hay presentaciones teatrales, musicales, danza, entre otros.

Los platos típicos de la parroquia son: el guandul preparado de diferentes maneras sea en sopa o guisados, la fritada y el pollo frito acompañados por la yuca que es una hortaliza que se emplea habitualmente en este sector.

Por su clima cálido-seco, con una temperatura promedio de 24°, existen lugares donde hospedarse y disfrutar en familia, entre las principales hosterías están: Kibutz, Oasis, Aruba y Fabricio's.

El GAD parroquial rural de Ambuqui se encuentra situado frente del parque central, en las calles García Moreno entre Velasco Ibarra y Eugenio Espejo, su horario de atención es de: lunes a viernes de 8:00 am a 17:00 pm. Tiene como finalidad impulsar el desarrollo territorial acorde a sus competencias, su principal autoridad como es el presidente de la parroquia el Tnlogo. Adriano Cárdenas.

Contextualización del problema

Uno de los principales problemas comunicacionales que tiene el GAD parroquial rural de Ambuqui del Cantón Ibarra de la provincia de Imbabura, es la escasa promoción de la gestión social, cultural y económica que anualmente el desarrollo es escaso y transitorio. Redactado de una manera técnica, el problema sería ¿existe una adecuada promoción de la gestión social, cultural y económica del GAD de la parroquia rural de Ambuqui?

Las principales causas del problema antes mencionado podrían sintetizarse de la siguiente manera:

Existe una falta de apoyo externo por parte de las máximas autoridades de la provincia para el GAD parroquial, debido a que únicamente recibe apoyo de lo que se encuentra a su alrededor, lo más importante para un GAD es fomentar la inversión y el desarrollo, especialmente de la economía popular y solidaria, en sectores como la agricultura, ganadería, artesanía y turismo, entre otros, en coordinación con los demás GADS.

Existe falta de personal técnico y especializado en el área de Diseño Gráfico, los mismos que serían los principales promotores y realizadores en el ámbito de promoción teniendo como principal recurso creatividad y dedicación.

(Luiggi, 2014) manifiesta que: en el caso de realizar una revista se debe tomar en cuenta algunos puntos clave como son: creación de la página inicial mediante ideas creativas que trae a referencia otros puntos importantes, que para ese momento ya deberían estar resueltos como: ¿Qué programa utilizará? ¿Qué fuentes? ¿Qué tamaño tendrá la revista? ¿Cuántas hojas? ¿Qué formato usará? ¿En qué calidad impresa será hecha? ¿Qué tipo de papel quedará mejor? ¿Todo color o balanceado con páginas en negro? .

Por otro lado, existe la falta de recursos económicos porque no cuentan con un buen financiamiento para poder realizar los diferentes tipos de promoción.

Las principales consecuencias del problema antes mencionado, son varias, pero los más relevantes son los siguientes:

Los hombres y mujeres que habitan en el cantón se encuentran muy desinformados de lo que realiza el GAD en cuanto a: actividades, funciones que debe cumplir la institución entre otras actividades.

La ciudadanía no se empodera del GAD como tal, únicamente esperan que la institución realice todo por ellos, en vez de acudir e informarse de lo que sucede o lo que pasa en el GAD.

En el ámbito político existe, la falta de comunicación entre los moradores de la parroquia y el GAD, debido al desconocimiento que tienen de las actividades sociales, culturales y económicas que realiza el GAD como tal.

1.1. Justificación

El presente trabajo de investigación es de gran interés para los ciudadanos, en el contexto nacional, provincial y parroquial conocerán acerca de las actividades sociales, culturales y económicas que realiza el GAD parroquial, con el objetivo de que los moradores conozcan acerca de las actividades que realizan para beneficio y progreso de la parroquia.

Este trabajo de investigación es importante realizarlo, porque servirá como medio de promoción de las actividades que se realiza en la parroquia como son: la agricultura, debido a que la mayoría de la población se dedica al cultivo de ovos, aguacates, chirimoya, bananos, yucas, guandul, café entre otros.

Con respecto a lo social y cultural se dará a conocer acerca de sus principales fiestas como: La fiesta del ovo que se realiza cada año en los primeros días del mes de marzo, Bombazo de oro que se realiza cada año en el mes de abril, también en el mes de junio que se celebra el día del padre en el cual se realiza los tradicionales Inti Raymis, y otra tradición es la del carnaval nocturno en el mes de febrero. En cuanto a lo económico se realiza anualmente la rendición de cuentas por parte de los miembros del GAD parroquial para transparentar su gestión.

Los principales beneficiarios directos del presente trabajo de investigación serán los jóvenes y adultos de la parroquia , es decir la mayoría de moradores, conocerán acerca de las obras que realiza el GAD y los beneficiarios indirectos serán: los turistas que visitan la parroquia.

Este trabajo de investigación es factible realizarlo, debido a que existe la predisposición y voluntad por parte de las autoridades del GAD parroquial, para que se lleve a cabo, la elaboración de esta importante propuesta, la misma que contendrá aspectos relacionados, a lo social, cultural y económico . También es factible realizarlo porque la parte financiera para la elaboración de la revista digital y el manual de imagen corporativo, serán cubiertos en su totalidad por parte de la investigadora.

1.2.Objetivos

1.2.1. Objetivo general

- Informar acerca de la gestión social, cultural y económica que el GAD de la parroquia rural de Ambuqui, del cantón Ibarra de la provincia de Imbabura, desarrollando el diseño de estrategias de promoción.

1.2.2. Objetivos específicos

- Sentar bases técnicas y científicas relacionadas al diseño y promoción de la gestión social, cultural y económica de los GADS gobiernos autónomos descentralizados mediante la construcción de un marco teórico.
- Realizar un diagnóstico técnico con la población del GAD de la parroquia rural de Ambuqui, que permita conocer la realidad y percepción de la promoción de la gestión social, cultural y económica.

- Diseñar una revista digital conjuntamente con un manual de estilo y además un manual de imagen corporativa, como estrategia de promoción de la gestión social, cultural y económica que desarrolla el GAD rural de Ambuqui.

1.3.Preguntas de investigación

- ¿Cuáles son las bases técnicas y científicas relacionadas al diseño y promoción de la gestión social, cultural y económica de los gobiernos autónomos descentralizados mediante la construcción de un marco teórico?
- ¿Es necesario realizar un diagnóstico técnico en la población del GAD de la parroquia rural de Ambuqui, que permita conocer la realidad y percepción de la promoción de la gestión social, cultural y económica?
- ¿Cómo diseñar una revista digital y un manual de imagen corporativa como estrategia de promoción de la gestión social, cultural y económica que desarrolla el GAD rural de Ambuqui?

CAPÍTULO I

Marco teórico

INTRODUCCIÓN

1.1. El Diseño

El diseño es un proceso mediante el cual se obtiene excelentes resultados, cuya finalidad es llegar a solucionar un problema a través de métodos o técnicas de modo que llegue a cumplir su objetivo el cual es transmitir mediante figuras gráficas un mensaje. También es utilizado en el contexto de las disciplinas creativas como son: arquitectura, comunicación, ingeniería y otras. (Tena Parera, 2005) manifiesta que: “Diseño tiene una aplicación global: todo es diseño. Si añadimos al diseño calificativo de gráfico, esta globalidad se cierra, pero, aun así, la concreción de su campo de estudio o área de trabajo es enorme e imprecisa”.

Es una aplicación global, que está pensada con el fin de crear objetos visuales que sean útiles, estéticos y funcionales, para que cumplan su misión la cual es comunicar mensajes y llegar a solucionar problemas.

Al respecto se manifiesta que: “Todo es diseño”, porque todo lo que se halla o se mira en el contexto tiene una simple razón, origen y su propio diseño, con su finalidad que es persuadir o dar a conocer algo nuevo, que sea útil y llegar a una manipulación visual, para convencer target al que va enfocado. Según manifiesta (Alan, 2008, p. 11) “El mensaje puede comunicarse e incluso modificarse mediante una cuidadosa manipulación visual de los elementos que van a ser utilizados dentro del área de diseño”, es decir mediante la manipulación visual o percepción visual, se tendrá la capacidad de interpretar efectos ópticos, los cuales son percibidos por la vista y es posible que sean reales o no y además observar objetos ya sea en su función de forma, patrón y color.

El cliente debe convencerse que el diseño no vale lo que cuesta, debe saber que dicha profesión, está basada en la solución de problemas, para transmitir emociones, sentimientos de una manera gráfica y a su vez convencer al cliente o target que va enfocado. (Camacho Cuellar, s/f, p. 7) manifiesta que: “Su función consiste en visualizar las ideas fruto de su imaginación y de su fantasía gracias a unas dotes personales innatas, que la cultura y la experiencia pueden completar, pero nunca crear”. Según lo manifestado por parte de Camacho se puede decir que la función del diseño es generar ideas, que contengan armonía visual, sin perder de vista las funciones que debe cumplir, como son persuadir, comunicar, y satisfacer las necesidades de las personas y buscar una solución a cualquier problema, el mensaje debe ser recibido por el receptor de una manera fluida.

1.2. Elementos del diseño

Los elementos del diseño son: conceptuales, visuales, de relación y prácticos. Cada uno con la finalidad de lograr una comunicación visual efectiva, un diseñador debe conocer los elementos con los que cuenta, y seleccionar la mejor combinación de ellos para obtener un diseño eficaz. Para lograr que un diseño sea eficaz se debe cumplir 5 fases importantes como son: observar y analizar, planear y proyectar, construir y ejecutar y finalmente evaluar.

1.2.1. Elementos conceptuales

Los elementos conceptuales son conocidos porque no son visibles, pero tampoco tienen existencia física, también envuelven el volumen ocupando un espacio.

Según (Wong, 2002) manifiesta que: es la unidad más simple y son los que no se ven, si no que parecen estar presentes, envuelven un volumen ocupando un espacio, los puntos, las líneas, los planos, los volúmenes, no están realmente ahí. Los elementos conceptuales no son visibles. No existen de hecho, sino que aparecen estar presentes.

- **Punto:** Es el que nos indica posición.
- **Línea:** Es la sucesión de varios puntos, el cual tiene largo, posición y dirección, pero no ancho.
- **Plano:** Es la sucesión y composición de varias líneas, tiene largo y ancho, pero no cuenta con grosor, tiene posición y dirección, pero se encuentra limitado por líneas.
- **Volumen:** El recorrido de un plano en movimiento, tiene una posición en el espacio y se limita por planos.

Los elementos conceptuales es un grupo, de los elementos del diseño que son considerados como los no visibles, pero aunque no se ven si están presentes en cualquier imagen, debido a que puede existir imágenes que solo contengan puntos, líneas u sean creadas a través de planos.

1.2.2. Elementos visuales

Son la parte más prominente del diseño debido a que se encuentran visibles en cualquier tipo o clase de diseño, es por eso que tienen forma, color, textura, medida y de esta manera son percibidos ante el sentido de la vista.

Según (Wong, 2002) Los elementos visuales forman la parte más sobresaliente del diseño porque es lo que verdaderamente se observa. Cuando se dibuja un objeto en un papel empleando una línea visual con el afán de representar una línea conceptual. La línea visible tiene no solo largo, sino también ancho.

- **Forma:** Se refiere a todos los elementos que ocupan un lugar en el espacio y el ojo percibe en su totalidad.

- **Medida:** Son las dimensiones de los elementos y éstas pueden ser: grande, mediana, pequeña.
- **Color:** Es la impresión sensorial que el ojo puede captar sobre cualquier superficie, debido a la luz.
- **Textura:** Se refiere a las cercanías en la superficie de un diseño, y puede ser lisa o rugosa, su función puede ser atraer al sentido del tacto como a la vista.

Los elementos visuales son considerados la materialización de los elementos conceptuales, de los cuales se puede apreciar de una manera tangible u intangible ante la percepción visual, ya sea mediante líneas, colores o materiales y a su composición debido a que tienen largo y ancho.

1.2.3. Elementos de relación

Los elementos de relación son un grupo en el cual se fortalece o sobresalen la ubicación y la interrelación de las formas de diseño, debido a que existen diferentes tamaños, formas y direcciones.

Según (Wong, 2002) manifiesta que: Estos elementos determinan la ubicación y la interrelación en un diseño. Unos son percibidos como la dirección y la posición y otros pueden ser sentidos como la gravedad y el espacio. Este grupo de elementos gobiernan la ubicación y la interrelación de las formas en un diseño.

- **Dirección:** La dirección de una forma depende de cómo está relacionada con el observador, con el marco que la contiene o con otras formas cercanas.

Existen tres direcciones primarias en la composición, las cuales son:

- **Vertical:** Sentidos ascendente y descendente.
- **Horizontal:** Sentidos hacia la izquierda y derecha.
- **Oblicua:** Sentidos hacia el frente o hacia atrás.
- **Espacio:** Todas las formas por más pequeñas que sean ocupan un espacio, ya sean vacías o llenas, el espacio así mismo puede ser visible o ilusorio.
- **Gravedad:** El efecto de gravedad no solamente es visual, sino que también psicológica y podemos atribuir estabilidad o inestabilidad a una forma o a un grupo de ellas, un ejemplo muy claro es la gravedad de la Tierra, tenemos tendencia a atribuir pesadez o liviandad.

Este grupo es denominado así porque es la relación que existe entre el plano de imagen y los elementos que lo contienen como son el espacio, gravedad y las diferentes direcciones que pueden tener ya sean estas horizontal o vertical.

1.2.4. Elementos prácticos

Los elementos prácticos son los que subyacen en el contenido y al alcance de un diseño. Son elementos con concepto abstracto.

- **Representación:** Se refiere a la forma de realizar el diseño: puede ser una representación realista, estilizada o semi-abstracta, puede ser de una manera bidimensional, tridimensional depende cual sea la perspectiva del espectador.
- **Significado:** Todo diseño conlleva consiente o subconscientemente mediante el cerebro para llegar a descifrar el significado o mensaje.
- **Función:** Un diseño debe servir con un determinado propósito.

Estos elementos son interpretados por la mente, cuando se observa los diferentes conceptos y atributos ya sean estos abstractos o comunes y de esta manera se pueden relacionar e interpretar.

1.3. Diseño Gráfico

(Munari, 2005) menciona que: El padre del término “diseñador gráfico”, fue el americano William Addison, un diseñador que trabajó con material publicitario en distintos formatos, desde carteles y panfletos hasta anuncios en periódicos y revistas en 1922.

El diseño gráfico tiene como finalidad transmitir ideas visuales de una manera estética y agradable a la vista, también asimila conceptos verbales y los emprende de la mejor manera, para el momento en que se obtenga el producto final sea tangible y comunicable para lograr persuadir a los receptores. (Frascara, Diseño gráfico y comunicación, 2000) menciona que: “El diseñador da forma visual a las comunicaciones.”

El diseñador gráfico es el encargado de comunicar un mensaje de una forma visual, para de esta manera persuadir y traspasar un mensaje, mediante un emisor emite mensajes y un receptor los recibe de una manera colectiva, además es el que comunica y soluciona problemas de una manera gráfica y legible.

A través del diseño gráfico se transmite mensajes visuales y de comunicación mediante medios digitales o impresos, en los cuales existan emisores y receptores, su opinión siempre será colectiva, dentro de la comunicación visual existe una relación entre la imagen y el significado, debido a que la imagen es un factor directo de reacción, simbolización y percepción, es por ello que debe tener un significado fácil de comprender.

(Leonor, 2001) menciona que: El diseño gráfico es un tipo de comunicación visual, que a través de medios establecen una distancia entre el emisor y el receptor cuyo

carácter es colectivo. No es un medio de comunicación de masas; es una forma que, como tal. Admite circular y desarrollarse en distintos.

En el campo de la comunicación visual, el diseñador gráfico es el encargado de anunciar una idea, de una manera muy entendible para otros mediante: imágenes, colores, símbolos, materiales tangibles e intangibles, también se utiliza fotografía, ilustración, tipografía entre otros puntos para que el diseño sea legible, entendible y lograr un producto circular y comunicable.

(Frascara, Diseño gráfico y comunicación, 2000, p. 5) menciona que: El diseño gráfico no es un arte puro, el diseñador, a diferencia del artista, no es normalmente la fuente de los mensajes que comunica, sino su intérprete, es decir que el mensaje tiene que estar de acuerdo, y por sobre todo tiene que ser claro, para el destinatario del mensaje.

El diseño gráfico es sinónimo de comunicación visual, porque su función es transmitir en imágenes bidimensionales, como son: carteles, tipografía, dibujo, diseño gráfico, ilustración, diseño industrial, publicidad, animación, color y recursos electrónicos y de estar manera llegar a un receptor de la manera más clara.

1.3.1. El diseño gráfico es sinónimo de comunicación visual

La comunicación visual, es un fenómeno muy común, en el medio en el que se vive, debido a que la mayoría de personas adquieren conocimientos a través del sentido de la vista, en cifras es un ochenta y siete por ciento y mediante el oído un siete por ciento. (Munari, 2005) menciona que: “La comunicación visual se produce por medio de mensajes visuales, que forman parte de la gran familia de todos los mensajes que actúan sobre los sentidos, sonoros, térmicos, dinámicos, etc.”

Un mensaje visual debe tener dos componentes que son: soporte (textura, forma, estructural, módulo y movimiento) e información. En la comunicación visual tiene mayor preponderancia las imágenes para lograr construir mensajes, debido a que de esta manera el receptor decodifique más rápido el mensaje, pero también las imágenes se pueden combinar con textos para de esta manera asegurar que el mensaje fue entendido por el target a quien va enfocado.

La función principal que cumplen las representaciones visuales es que pueden simbolizar de una manera muy cercana a la realidad de las imágenes que forman parte de las experiencias de las personas, debido a que la visión se puede asociar como una experiencia directa al universo.

La mayoría de personas expresan y reciben mensajes visuales en tres niveles:

- Nivel representacional.- Aquello que vemos y reconocemos desde el entorno y la experiencia.
- Nivel abstracto (abstractamente).- cualidad genérica de un hecho visual reducido a sus componentes visuales y por los significados emocionales en la construcción del mensaje.
- (Cardona Jaramillo, 2007) menciona que: Nivel simbólico (simbólicamente).- El amplio universo de los sistemas de símbolos codificados que el hombre ha creado arbitrariamente y al que describe un significado.

La mayoría de personas expresan los mensajes de una manera abstracta, porque lo expresan a través de emociones o sentimientos, rara vez mediante un mensaje simbólico porque este viene codificado y lo que se trata de transmitir es un mensaje entendible, claro y conciso que llegue al target al cual está enfocado.

1.3.2. *Funciones de la comunicación visual*

La función de la comunicación visual es aumentar y mantener la concentración del receptor para que recuerde la imagen que observó.

Las funciones generales de la comunicación, pero relacionadas directamente con los elementos que permiten la comunicación visual.

- ***Función expresiva o emotiva:*** Se trata de la utilización de imágenes con finalidad sentimental, su objetivo es transmitir emociones.
- ***Función conativa, apelativa o exhortativa:*** Las imágenes de los mensajes publicitarios cumplen, por excelencia, con esta función relacionada con la persuasión, cuyo objetivo es convencer.
- ***Función referencial o informativa:*** Son imágenes cuyo objetivo es informar. Su función es ilustrar un texto o una noticia.
- ***Función poética o estética:*** Consiste en aquella imagen que busca la belleza con sentido artístico, estético. Son imágenes que valen en sí mismas.
- ***Función fática:*** Se trata de aquella que tiene como objetivo llamar la atención. Es muy frecuente en el uso de contrastes, en los tamaños y al igual que la conativa es muy utilizada en los mensajes publicitarios.
- ***Función metalingüística:*** Es aquella función que se refiere al código, está diseñada para que el receptor pueda descifrar los códigos empleados para comprender la significación de la imagen.
- ***Función descriptiva:*** Ofrece información detallada y objetiva sobre aquello que representa (dibujos científicos, mapas, entre otros).

1.3.3. El diseño gráfico y la percepción visual

Una de las funciones del diseño gráfico, es persuadir a las personas a través de medios impresos o diferentes espacios gráficos, de forma perceptiva para que faciliten al receptor apreciar los mensajes gráficos, uno de los medios más importantes de la percepción visual, es la importancia que le dan al sentido de la vista, debido a que a través de ella se observa y se percibe lo que está en el medio en el que se habita. (Tena Parera, 2005) menciona que: “En el diseño gráfico tiene mucha importancia la percepción visual. A veces también la auditiva. Por tanto, debemos recurrir a menudo a los conocimientos de psicología perspectiva”.

Es un componente esencial del diseño gráfico debido a que es el encargado de informar y transmitir el mensaje de una manera gráfica realizando el proceso que es: elaboración, difusión y recepción de mensajes visuales.

El código de la comunicación visual viene desde tiempo atrás, cuando el hombre era primitivo desde que empezó a realizar trazos en la arena, hasta las imágenes que hoy en día se pueden observar a través de los medios de comunicación como la televisión y el cine.

La comunicación visual tiene ventajas, una de ellas es de tener un impacto inmediato para persuadir, comunicar y servir de aprendizaje, un ejemplo muy claro y que se aplica día a día son las señales de tránsito, mediante las cuales se aprende acerca de la prevención, el peligro entre otras.

1.3.4. El diseño gráfico y medios de comunicación

La mayoría de personas, utilizan más el internet como un medio de comunicación o de información, debido a que todo lo que necesitan saber se encuentra publicado en la red, ya sea en sitios web, fanpages, redes sociales. Pero también existe medios impresos como la prensa, libros, revistas que hoy en día siguen siendo un medio de comunicación, y a pesar de que se

encuentran de manera digital, como la mayor parte de diarios: el Norte, la Hora, el Telégrafo entre otros.

(Tena Parera, 2005) menciona que: La prensa escrita es uno de los medios de comunicación que utiliza el diseño gráfico para mejorar sus productos. Los lectores, influidos cada vez más por el uso de otros medios como la televisión o Internet, obligan al medio periodístico a generar mayor espectáculo visual en sus páginas.

La prensa escrita puede tener circulación en el medio de diferentes maneras ya sea diaria, una vez por semana- semanario, cada quince días – quincenario, cada mes-mensual o cada año-anual. Es importante mencionar que la prensa escrita en medios gráficos tiende a desaparecer, la razón es porque hoy en día la mayoría de consumidores prefieren la rapidez e inmediatez del internet antes que la prensa escrita.

La mayoría de personas que prefieren estar comunicados por internet especialmente los jóvenes, debido a que ellos se encuentran actualizados y para informarse lo hacen mediante las redes sociales y rara vez por un diario impreso. Son nuevos hábitos de consumo en la información.

(Redaccion, 2015) menciona que: Los consumidores jóvenes no están, además, entusiasmados con este tipo de comunicación. Un 29% de los millennials, según un estudio de Retale, no lee jamás un periódico tradicional y solo un 19% de los miembros de esa generación ha comprado uno (y por tanto pagado por él) en los 30 días previos a la encuesta. No es que no les interesa tal y como se la ofrecen en esas cabeceras. Los millennials prefieren la rapidez del internet.

También la mayoría de la población prefiere estar informado mediante sitios web, antes que por prensa escrita porque ya no es muy común porque los periódicos informativos se encuentran publicados en la red y pueden acceder a ellos sin ningún costo y leerlos, pero una de las ventajas es que únicamente se necesita la fecha para leer una noticia de días atrás y así estar informado.

1.4. Diseño editorial

El diseño editorial también es conocido como periodismo visual, porque es el encargado de comunicar o transmitir una idea mediante una organización de texto como de imágenes, de manera que sea clara, legible y así poder atraer o llegar a un público objetivo, para que los productos finales sean agradables e informativos.

(Zappaterra, 2008, p. 7) menciona que: El diseño editorial es el marco en el que una historia dada es leída e interpretada. Abarca tanto la arquitectura general de la publicación (y la lógica estructural que está implica) como el tratamiento específico de la historia (en la medida en que puede modificar o incluso desafiar esa misma lógica).

El diseño editorial, consiste en tratar de equilibrar elementos a través de las páginas; organizar los textos, las ilustraciones, los espacios en blanco, los títulos y las fotografías, procurando encontrar la armonía de las partes con el todo.

Es una de las ramas más completas del diseño gráfico, porque requiere de creatividad, además también conocer y saber qué espacio se utilizará para el tipo de pieza gráfica que se realizará, por lo que puede ir desde un folleto hasta un libro de arte, lo más importante es que se debe tomar en cuenta los espacios en blanco para que descanse la vista y mantener una jerarquía y un orden en el caso de ser un material fotográfico.

(Zappaterra, 2008, p. 7) menciona que: Si existe una jerarquía dentro del diseño editorial, el puesto más alto se lo disputan sin duda alguna las revistas, los periódicos y sus suplementos. Técnicamente, el diseño de publicaciones online (sean estas versiones electrónicas de otras existentes en otros medios o no) y el de catálogos, fascículos y libros son, desde luego, formas de diseño editorial, no obstante, el enfoque se centrará aquí únicamente en aquellas publicaciones periódicas (revistas, periódicos y suplementos) que dictan y establecen las pautas que siguen el resto de ellas.

En el diseño editorial existen diferentes recursos para de esta manera lograr una comunicación escrita, de modo que una publicación impresa se vea legible, entendible y sea dinámica para que el lector le entienda, además es bueno llevar una armonía visual entre imágenes con texto.

También existen diferentes tipos de publicaciones como son: revistas, periódicos, libros, carteles, catálogos entre otros, cuyas piezas están compuestas por páginas o pliegos y con criterios tipográficos entre los cuales se encuentran:

- **Revistas:** Son publicaciones con ediciones, sea con un tema específico o variable, estas pueden ser semanales, mensuales, trimestrales u anuales.
- **Libros:** Son publicaciones extensas debido a que tienen más de 50 hojas, y se encuentran cubiertas por tapas.
- **Carteles:** Son de tipo más gráfico, existen de diferentes tamaños sean A4, A3, transmiten un mensaje visual y sirven para difundir una información.
- **Postales:** Es una pieza de manera rectangular, que en la parte posterior consta con espacios específicos para escribir a un destinatario, no requieren de sobres.

- **Catálogos:** Estas obras son las que más realizan las empresas que ofrecen productos.
- **Folletos:** Su cantidad de hojas es muy mínima, sirve como instrumento publicitario.
- **Manuales:** Contiene descripción de algunas actividades, para la realización de alguna función.
- **Instructivos:** Publicación corta que su fin es orientar a un propósito de manera detallada.

1.4.1. Importancia del diseño editorial

El diseño editorial es muy importante debido a que, mediante este se puede maquetar y de esta manera componer una publicación, la misma que sirva para comunicar, ya que el fin de las publicaciones editoriales es transmitir un mensaje a través de texto e imágenes, aunque en ciertos casos suele ser únicamente informativa, usando una buena armonía entre el texto y las imágenes conjuntamente con la diagramación.

La importancia del diseño editorial radica en la necesidad de **captar la atención del lector**, ya que existe una variedad de publicaciones editoriales ya sean digitales o impresas que dan la opción de que el lector escoja entre un diseño u otro.

1.4.2. Elementos gráficos

Los elementos gráficos más utilizados son texto, imagen y retícula. Es importante utilizar correctamente estos elementos de manera que al combinarlos formen un contenido apropiado.

- El texto está compuesto por varios elementos como son los signos, números y letras, este siempre debe tener legibilidad y ser entendible.
- La imagen siempre debe comunicar algo y además debe ser una imagen de buena calidad, es por ello que existen diferentes formatos de imagen (JPG, TIFF, PSD). El formato más conocido y usado es JPG, posterior a ello el formato TIFF, debido a que en este formato la imagen tendrá

mayor calidad porque capta mejor los detalles, el formato PSD es un formato de Adobe Pothoshop.

1.4.3. La página y su composición

Una página reticulada debe contener márgenes bien definidos, por la propia la retícula y tener unas dimensiones relacionadas con el resto de componentes como son: columnas verticales, módulos, líneas de flujo horizontales, marcadores, zonas espaciales, módulos.

- **Columnas:** estas pueden ser del mismo o diferente ancho.
- **Módulos:** es el espacio separación entre medianiles y que forman filas.
- **Líneas de flujo horizontales:** es la monotonía de las columnas.
- **Marcadores:** son los que indican la posición en el documento mediante el folio, el encabezamiento, los títulos de sección y otra información similar y con zonas espaciales.
- **Módulo o conjuntos de módulos:** son los que forman campos identificables y que pueden tener una función definida: verticales, formados por dos módulos, para imágenes; cuadrados, por cuatro, para gráficos.

Para explicarlo de mejor manera a través de un gráfico explicativo

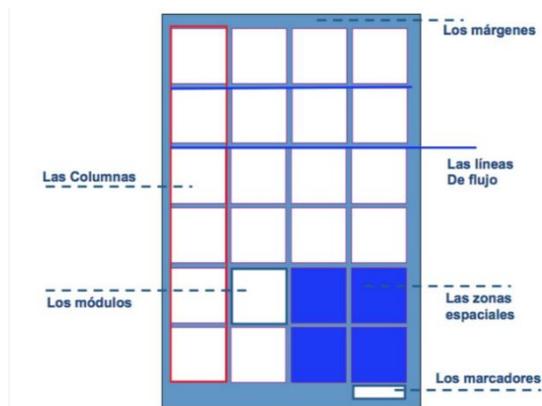


Figura No.1.- Página y su composición

*Fuente: Fidel Romero, Unidad 4(Retículas en la diagramación)
<https://es.slideshare.net/fidelromero/unidad-4-reticulas>*

1.4.3.1.Retículas

La retícula es una estructura que permite organizar texto, imágenes, elementos en blanco para el descanso visual entre otros de una manera jerárquica, además son utilizadas para alinear y distribuir los elementos que perfeccionaran la arquitectura visual de la página, pero también debe ser adaptada a cualquier uso, como lo es la retícula clásica la cual se puede adaptar a cualquier formato de hoja.

Según (Zappaterra, 2008, págs. 117-119) menciona que: Las retículas son similares a los planos en arquitectura, las retículas o cuadrículas son conjuntos invisibles de guías o sistemas de coordenadas que ayudan al diseñador a determinar la ubicación y el uso del texto, las imágenes y otros elementos como los blancos de página, los márgenes y los folios.

Para usar una retícula en Adobe InDesign es recomendable crear antes un documento nuevo en Adobe InDesign, seguido por la determinación de la cantidad de páginas, columnas, márgenes y sangrado. Una vez creado el documento se crean las guías que nos permiten cuadrar el contenido de las imágenes y texto en la diagramación.

Cualquier tipo de diagramación es utilizada para resolver algunos problemas a nivel visual como: posición de imágenes, campos de texto, titulares, pues es importante saber que la principal ventaja al momento de trabajar con una retícula es: claridad, eficacia, economía y continuidad.

La retícula debe tener legibilidad, comunicación visual, concisión, claridad y orden sistematizado, en el diseño para que de esta forma llegue el mensaje, para ahorrar espacio, así también dinero. (Campos, 2008, p. 10) menciona que: Una retícula subdivide la página vertical y horizontalmente en márgenes, columnas, espacios entre columnas, líneas de texto y espacios entre bloques de texto e imágenes.

También es la encargada de guiar en la diagramación de cualquier pieza diagramada ya sea libro, revistas, periódicos lo importante es que exista espacios entre bloques y además un espacio para que el lector descansa la vista, de tal forma que le llegue el mensaje.

(Müller, 2015, pág. 11) menciona que: La retícula divide una superficie bidimensional en campos menores o en un espacio tridimensional en compartimientos más reducidos. Dichos campos o compartimientos pueden tener dimensiones iguales o no. La altura de los campos corresponde a un número determinado de líneas de texto y su anchura es idéntica a la de las columnas.

En el diseño visual, una retícula adecuada facilita:

- La construcción objetiva de un argumento con los recursos de la comunicación visual;
- La disposición sistemática y lógica del texto y de las ilustraciones;
- La disposición del texto y las ilustraciones en una organización compacta y con un ritmo propio.
- La organización del material visual de modo fácilmente legible y estructurado con alto grado de tensión.

Existen diferentes motivos para utilizar la retícula como elemento auxiliar en la organización del texto y de las ilustraciones:

- **Motivos económicos:** puede resolverse un problema en menos tiempo y con menos costos.
- **Motivos racionales:** es posible resolver problemas simples y complejos con un estilo unitario.

(Müller, 2015, p. 12) menciona que : **Actitud mental:** la representación sistemática de hechos, de secuencias de acontecimientos y de soluciones a problemas debe constituir, por razones sociales y pedagógicas, una contribución constructiva a la situación cultural de la sociedad y una expresión de nuestro sentido de la responsabilidad.

La retícula es la visualización de los elementos, de una forma clara y legible, casi siempre se aplica en documentos que son extensos debido a que una vez establecida la retícula, servirá de patrón o plantilla para las demás hojas, también sirve para economizar, todo esto con el fin de llegar a comunicar.

1.4.3.2. Clasificación de retículas

Existen diferentes tipos de retícula que se pueden implementar en las publicaciones, entre las cuales existen:

- **Retícula del manuscrito.**-Es conocida así, debido a que cuenta con un área grande y de esta manera ocupa la mayor parte de la hoja, es más común utilizarla para libros porque en estos existen textos largos y continuos.

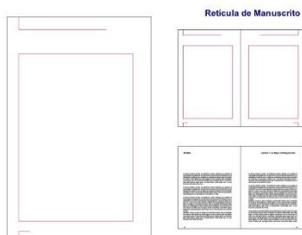


Figura No.2.- Representación de la retícula del manuscrito
 Fuente: <https://es.slideshare.net/tls02cv/diagramacion-a-base-de-reticulas>

- **Retícula Jerárquica.-** Está retícula es utilizada comúnmente, para la diagramación en la prensa escrita y web.

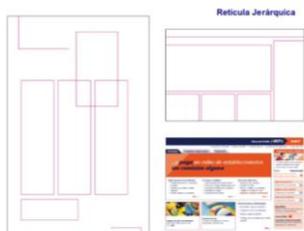


Figura No.3.- Representación de la retícula jerárquica
 Fuente: <https://es.slideshare.net/tls02cv/diagramacion-a-base-de-reticulas>

- **Retícula Modular.-** Sirve para fragmentar la página en partes, debido a que los modulares deben ser creados para realizar un proyecto al gusto de cada persona.

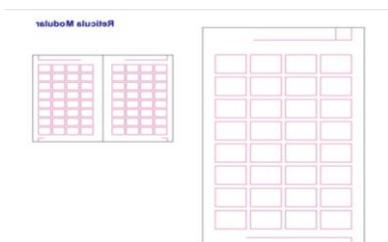


Figura No.4.- Representación de la retícula modular
 Fuente: <https://es.slideshare.net/tls02cv/diagramacion-a-base-de-reticulas>

1.4.3.3. Tipografía

Es importante que sea legible, debido a que de esta manera ayudará para transmitir la información. Saber escoger una tipografía, permite y ayuda a identificar el tipo de publicación. Se usa mucho los diferentes tamaños de tipografía que puedan dar un correcto uso visual sin que el texto sea excesivamente pequeña o grande el texto de acuerdo a su necesidad.

Además existen diferentes familias tipográficas como son: Serif y San Serif, Script, Decorativas, entre otras.

- **Serif** (o con serifa): estas tipografías son las que poseen un adorno al final de cada trazo llamado serifa o remate. El uso de los remates facilita la lectura en los textos impresos, en especial cuando son textos largos.
- **Sans serif** (conocidas como palo seco): estas tipografías se caracterizan por la ausencia de remates, se consideran poco adecuadas en textos largos ya que la lectura resulta incómoda. Son usadas para texto cortos como titulares, anuncios, etc.
- **Script** (conocidas como manuscritas o cursivas): estas tipografías parecen cursivas cuya apariencia se asemeja a la escritura a mano, además están basadas en la variedad. Están organizadas en tipos formales muy regulares similares a la escritura en cursiva y en otros de tipo más informal.
- **Decorativas** (de exhibición o de fantasía): estas fuentes no fueron creadas como tipos de texto, sino para usos específicos cuyas cualidades suelen ser expresivas. En general, resultan poco legibles, y son las adecuadas para bloques de textos y su utilización se limita a titulares cortos.

1.5. Imagen corporativa

La imagen corporativa es la identidad que lleva una empresa o entidad, está enfocada en el marketing debido a la relación que tiene con el público, el fin que tiene la imagen es diferenciarse de los demás, en este caso el GAD parroquial rural de Ambuqui, será diferente de los otros GADS , debido a que es una imagen realizada técnicamente con los conocimientos adquiridos, es por ello que un icono corporativo debe tener elementos : visuales dentro de estos se encuentra: el nombre, el logo (imago tipo) y brochure. Según (Joan, 1993(reimp.2009), p. 15) menciona que: “La identidad corporativa es un sistema de signos visuales que tiene por

objeto distinguir-facilitar el reconocimiento y la recordación- a una empresa u organización de las demás”.

Es por ellos que el nombre de la imagen debe ser corto y fácil de recordarlo, también es importante saber en que tipo de lingüística se basará debido a que existen diferentes términos como son: imagotipo, logotipo, isotipo entre otros.

- **El nombre:** El nombre siempre debe ser fácil de recordar, de reconocer y lo suficientemente creativo.
- **El logo:** Puede ser logotipo (solo palabras), isotipo (solo imágenes) , imagotipo (combinación entre el isotipo y el logotipo), isologotipo (combinación entre palabras e imágenes).
- **Cromática:** Consiste en los colores que se debe ocupar de acuerdo a la empresa, es decir como distintivo emblemático.
- **Brochure:** Dentro de él están incluidos lo que son manuales de identidad corporativa, papelería corporativa, usos correctos e incorrectos.

A continuación un pequeño cuadro explicativo de lo mencionado anteriormente :

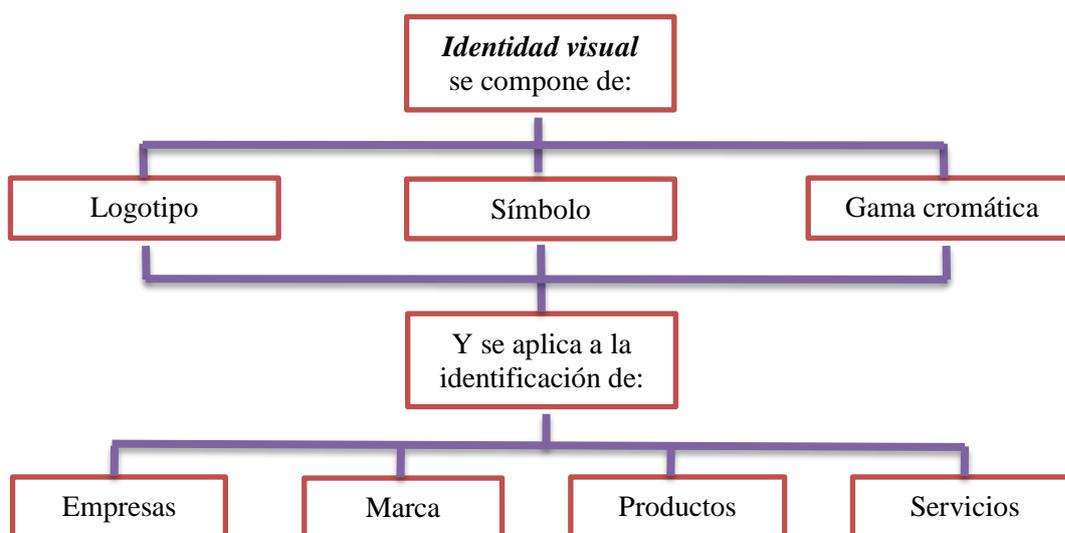


Figura No.5.- Identidad visual

Fuente: Figura 2.3. CAP. 2. QUE ES LA IDENTIDAD pág. 34 Libro:Identidad corporativa

1.6. Manual de imagen corporativa

El manual de imagen corporativa está basado en elementos de usos cotidianos debido a que contendrá: criterios gráficos, papelería institucional, publicidad/ publicaciones propias, artículos promocionales y señalética institucional.

1.6.1. Criterios gráficos

Los criterios gráficos, están basados en la terminología acerca de lo que se realizó, como por ejemplo qué es un imagotipo en el caso de la imagen corporativa de la parroquia rural de Ambuqui, justificación del imagotipo, versiones cromáticas y colores corporativos con los respectivos pantones, arquitectura visual, tamaño mínimo, áreas autónomas de la imagen, restricciones de uso, uso sobre fondos, cortes de identidad y tipografía.

1.6.2. Papelería institucional

La papelería institucional es en donde se encontrará cada uno de sus atributos con el respectivo tamaño, material, tipo de letra y los elementos que contendrá serán: hojas membretadas, sobres para oficios, sobres para cd o dvd, cd o dvd y credenciales para servidores.

1.6.3. Publicidad/Publicaciones propias

Las publicaciones propias contendrán una revista que fue creada denominada “El Ambuco”, en cuanto a publicidad contendrá material como son diapositivas, cada uno el respectivo tamaño, material, tipo de letra.

1.6.4. Artículos promocionales

Los artículos promocionales serán: esferos, jarros, camisetas, gorras, imagotipo para el auto gubernamental, roll up los mismos que tendrán su respectivo tamaño, material, tipo de letra, para de esta manera dar a conocer la imagen a la ciudadanía tanto a nivel local como nacional.

1.6.5. Señalética

La señalética, será utilizada para los diferentes departamentos iniciando por el de entrada al GAD parroquial, la presidencia, tesorería y secretaría, económico productivo, vialidad, salud y ambiente, cultura y deporte, sala de reuniones y baños, la misma que tendrán su respectivo tamaño, material, tipo de letra.

1.7. Revista digital

Una revista digital es similar a una revista impresa es por ello que se debe conocer primero que es una revista impresa, la misma que es una secuencia de contenidos que tienen relación con temas afines.

Una edición digital de una revista puede publicarse bajo diferentes formatos, uno de ellos es PDF interactivo descargable desde una web, el PDF estático (réplica de la versión impresa) también descargable de una web o alojada en una App : ISSUU.

La revista digital se realizó con el fin de informar a los moradores de la parroquia, acerca de las actividades sociales, culturales y económicas que realiza el GAD, la cual será trimestral de tal manera se crearon 5 secciones las cuales son: Bocados de Sociedad, Somos del mismo barro, Noticias, Saberes Ancestrales y Clasificados.

En la sección Bocados de sociedad será para informar acerca de los temas sociales, Somos del mismo barro servirá para informar sobre las participaciones del GAD en las diferentes festividades de la parroquia así como de la provincia, Noticias informará acerca de los

beneficios y los nuevos progresos de la parroquia, Saberes Ancestrales será una sección para conocer las tradiciones de la parroquia así como a personajes de la misma, la sección de Clasificados para fomentar, promocionar y aumentar la economía de la parroquia.

La revista digital “El Ambuco”, será una revista trimestral y temática debido a que contendrá temas de interés social, cultural y económico a nivel de la parroquia y las diferentes comunidades. Las primeras ediciones serán gratuitas para que de esta manera los pobladores se familiaricen con la revista. Además la distribución de la revista será a través de los diferentes GADS parroquiales y las publicidades que contendrá la revista podrán ser de página entera o de media página o cuarto de página y los costos serán similares a los de un periódico común.

Una de las ventajas de realizar una revista, en el caso que sea impresa es que se puede imprimir en diferentes tipos de papeles pero de buena calidad, y sus publicaciones son constantemente.

1.8. Manual de estilo gráfico de la revista digital

El manual de la revista “El Ambuco”, fue creado con la finalidad de establecer normas para que posteriormente sean aplicadas en la próxima edición de la revista, para lo cual este manual contiene: criterios gráficos y normas de estilo.

1.8.1. Criterios gráficos

Los criterios gráficos están basados en las particularidades básicas como son terminos en el que se basa el manual en este caso, versiones cromáticas, colores corporativos, tamaño mínimo y tamaño máximo, áreas autónomas, restricciones de uso, uso sobre fondos diferentes de la imagen visual.

1.8.2. Normas de estilo

Las normas de estilo contendrán terminología, el tipo de retícula que se utilizó, numeración, tipografía y las diferentes secciones de la revista digital.

1.9. La promoción

La promoción es una forma de persuadir y de aumentar las posibilidades de compra hacia un producto o una función sea cual sea este, es decir es una meta que proporciona al fabricante como al consumidor.

Antes de entender que es promoción es necesario tener claro que esta acción está estrechamente relacionada con el marketing por lo que se debe conocer en que consiste el marketing. (Burnett, 1996, p. 5) menciona que: “En pocas palabras, la promoción se refiere a la comunicación efectiva de los resultados de la estrategia del marketing a las audiencias objetivo. Sin embargo, en sentido real, todo cuanto haga la compañía tiene un potencial promocional”.

La promoción debe ser exitosa, de tal manera que se debe tomar en cuenta la originalidad y el target al que está enfocado, para que de esta manera lograr que la promoción sea comunicativa y pueda obtener resultados eficaces.

El objetivo de una promoción es ofrecer al consumidor un incentivo para la compra o adquisición de un producto o servicio a corto plazo, lo que se traduce en un incremento puntual de las ventas, es por ello que existen diferentes herramientas de promoción.

1.9.1. Herramientas de promoción

Las herramientas de promoción son la combinación que existe entre el marketing y la comunicación, su fin es llegar a la gente a través de las diferentes herramientas como son:

- **Publicidad:** consiste en todo elemento que difunda información o que de a conocer acerca de la marca producto o servicio. A través de anuncios impresos, radio y tv.
- **Promoción de ventas:** establece la manera más atractiva, para hacer que adquieran el servicio o producto. Esto por lo general se hace concursos, loterías, entrega de obsequios, muestras, ferias, espectáculos comerciales, exhibiciones, demostraciones, juegos, cupones, devoluciones, programas televisivos, etc.
- **Relaciones públicas:** Esto se hace a través de un departamento encargado específicamente de ello, el cual consta de una interacción directa con el fin de generar confianza y apego a la empresa o servicio, con lo cual boletines de prensa, discursos, seminarios, reportes anuales, donaciones, revista de la empresa, de una buena forma de acercase al público objetivo.
- **Venta personal:** Esto se realiza con el fin de tener una relación con el cliente, además de efectuar su venta a través de reuniones de venta, programas de incentivos, muestras, ferias y espectáculos comerciales.
- **Marketing directo:** Consiste en dirigirse directamente al público objetivo mediante (catálogos, mensajes por correo, telemarketing, compras por internet, venta por tv, mensajes por fax, correo electrónico y correo de voz).

Estas herramientas de promoción cumplen la finalidad de interactuar con el cliente, ya sea mediante publicidad, promociones o mediante el marketing que es la principal forma de dirigirse al cliente o a su publico objetivo.

1.9.2. Importancia de la promoción

La promoción es un término estrechamente ligado al marketing, enfocado en su fin que es dar a conocer un producto, pero si se mira desde el punto de vista de diseño, constituye una herramienta que apoya al desarrollo de la estrategia, para que de esta manera haya eficacia en la promoción.

La eficacia de la promoción reside sobre todo en que el “plus” sea:

- **Conocido por el público objetivo.**- Se consigue haciendo publicidad de las promociones.
- **Comprendiendo al público objetivo.**- Una promoción con mecanismos complicados no suele ser eficaz.
- **Incentivante.**- Deberá llamar suficientemente la atención del público objetivo.
- **Posible de alcanzar.**- Las promociones más eficaces son las que prefieren ofrecer un regalo seguro aunque sea poco valioso, a las que ofrecen sorteos, bien porque no tengan suficientes garantías sobre la forma de adjudicar los premios, bien porque intervengan tantos números en el sorteo que la probabilidad de alcanzar el premio sea muy pequeña. (Rivera, 2002, p. 22).

La promoción debe ser eficaz debido a su fuerte relación que tiene con la publicidad y de esta manera llegan a formar un mix promocional, de esta manera tratan de incrementar consumidores potenciales y el uso de consumidores habituales.

1.10. Gestión social

La gestión social es en la que se involucran a distintos actores los cuales acercan la cultura en todas sus expresiones (danza, música, gastronomía, arte, deportes, tradiciones, etc.) a la sociedad, con el único afán de fomentar la libertad de expresión desde su pueblo. Constituye

toda acción que construye un espacio participativo donde interactúan los diferentes miembros de una sociedad. Se trata de un proceso que se lleva a cabo en una comunidad determinada y que se basa en el aprendizaje colectivo, continuo y abierto para el diseño y la ejecución de proyectos que atiendan necesidades y problemas sociales (Larrea, 2011) menciona que: “Lo social es el que promueve el desarrollo humano integral de la comunidad”.

La gestión social es considerada como el enfoque mediante que garantiza los derechos de cada ser humano, el cual tiene obligaciones, dentro de un entorno socio-cultural y económico. Es considerada como la encargada de socializar con los miembros de comunidades y para poder tener más acogida es importante trabajar con lazos comunitarios y con valores colectivos ante la sociedad en general.

1.11. Gestión cultural

La gestión cultural es poner a consideración toda actividad que involucre a la sociedad que demuestre su arte, tradición, experiencias y forma de ser, entre otros aspectos que expresen a través de actividades que son de naturaleza única. (Larrea, 2011, p. 16) menciona que: “Lo cultural es el encargado de consolidar la identidad y multiétnica”.

La gestión cultural está relacionado con los conjuntos de saberes, creencias y pautas de conducta de un grupo social y de tal forma resolver necesidades de tipo culturales.

1.12. Gestión económica

La gestión económica se considera como disciplina la cual se encarga de gestionar, organizar y administrar correctamente los recursos obtenidos de forma que se pueda concluir y concretar los proyectos dentro del tiempo estimado y de acorde a la cantidad de presupuesto disponible, además los ingresos como egresos. (Larrea, 2011, p. 16) menciona que: “Lo económico está basado en promover el desarrollo sustentable”.

La gestión económica son los procedimientos establecidos para la ejecución de los presupuestos, dado que, en el caso de las exposiciones temporales, es importante saber que estas no generan ingresos, además se ajustará siempre a los principios de legalidad, eficacia y economía a los que se somete la actividad económica .

1.13. Provincia de Imbabura

Imbabura es conocida como la “Provincia de los Lagos”, debido a que se puede apreciar una maravillosa vista desde la cima del volcán Imbabura, desde ahí se puede observar el lago San Pablo que contiene una gran cantidad de agua y es conocido como el espejo de agua, así también posee lagunas como son: Yahuarcocha, Cuicocha, Piñán, Negra, Puruhanta, Cunru, Cuajara, Cristococha, y el lago Donoso.

La provincia de Imbabura, maravillosa región del norte de la Patria ecuatoriana, se halla enclavada en la hoya central occidental del Chota en la Cordillera de los Andes. Está ubicada entre las siguientes coordenadas: Latitud 00°07' y 00°52' Norte. Longitud 77°48' y 79°12' Oeste y, su extensión es de 4.616,6 km² (Fuente INEC). (Larrea, 2011, p. 11)

La provincia de Imbabura está ubicada en la zona norte del país y sus límites son al norte con la provincia del Carchi y Esmeraldas, al Sur con la provincia de Pichincha, al Este con la provincia de Sucumbíos y Napo y al Oeste con la provincia de Esmeraldas, su temperatura promedia los 18 °C y su clima es seco. La diversidad de pisos climáticos va desde el mesotérmico húmedo y semi húmedo hasta el páramo sobre los 3.600 metros de altitud. La cuenca del Chota posee un clima temperado y tropical.

1.14. Cantón Ibarra

Ibarra la capital de la provincia de Imbabura, está constituida por cinco parroquias urbanas: San Francisco, El Sagrario, Caranqui, Alpachaca y Priorato; y siete parroquias rurales: San Antonio, La Esperanza, Angochagua, Ambuqui, Salinas, La Carolina y Lita.

“El cantón Ibarra se encuentra en las faldas septentrionales de Imbabura a 0°21' de latitud norte, y a 0° 26' 41" de longitud oriental. En cuanto a la superficie, la oficina de Geografía y Estadística, del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), presenta un total de 1.093.3 km² distribuidos así: Ibarra 241.6, Ambuqui 128.1, Angochagua 119.8, Carolina 304.0, La Esperanza 33.9, Lita 199.1, Salinas 40.1, San Antonio 26.7 km²”. (Larrea, 2011, p. 18).

El cantón Ibarra cuenta con varios atractivos turísticos que vienen desde la época de los Incas, la ciudad también goza de paisajes exuberantes; y al ser multicultural, todo esto sumado con los servicios, como la gran variedad de infraestructura hotelera y gastronómica la convierte en el mejor sitio turístico de la provincia.

1.14.1. Parroquias urbanas

Para su manejo más equilibrado se halla dividida en más de 400 barrios que agrupan 5 parroquias urbanas, actualmente Ibarra está conformada por 5 parroquias, aunque en poco tiempo se unirá a la ciudad, San Antonio, una de las parroquias urbano-aledañas a la ciudad, así serían 6 las parroquias urbanas que la conforman. Los barrios son agrupaciones que conforman las parroquias urbanas de la ciudad, estas al contrario de la parroquia no tienen autonomía, tan sólo un rango legislativo y poder de administración de recursos.

1.14.2. Parroquias rurales

Las parroquias rurales de la provincia de Imbabura, cantón Ibarra son: Ambuqui, Angochagua, Carolina, La Esperanza, Lita, Salinas, San Antonio.

1.14.3. Parroquia rural de Ambuqui

Situado en los cálidos valles del norte del cantón, donde habita el pueblo afro ecuatoriano, se conservan grandes extensiones de caña de azúcar, ovos con un clima cálido seco muy saludable su entrada es muy atrayente a la vista, podemos encontrar una formación rocosa similar a una mujer dormida.

Son varias familias que ofrecen al turista alojamiento y alimentación, además la oportunidad de compartir su vida cotidiana como preparación de platos típicos de la zona, recorridos por áreas naturales y visitas a los talleres artesanales del lugar. Los turistas tienen la opción de aprender a elaborar artesanías de la zona. (Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra, n.d.).

CAPÍTULO II

2. METODOLOGÍA MATERIALES Y MÉTODOS

2.1. Tipo de investigación

La presente investigación está en el paradigma cualitativo ya que está fundamentada en una realidad y está orientada a los descubrimientos de una manera exploratoria descriptiva e inductiva (Posso, 2013). En el marco de este paradigma se la puede considerar como una investigación acción ya que es una investigación aplicada en la que una vez que se ha comprendido una realidad evidenciada en el diagnóstico, se propone soluciones creativas e inteligentes traducidas en una revista digital.

Es importante destacar que este proyecto puntual es parte de un macroproyecto o trabajo corporativo desarrollado por todos los estudiantes de octavo nivel de la carrera de diseño gráfico, en el que se trabajó y se investigó con una metodología igual, pero en diferentes locaciones; el presente proyecto está desarrollado en el GAD parroquial rural de Ambuqui.

2.1.1 Investigación bibliográfica

Esta investigación es importante porque ayudó en lo referente a la construcción del marco teórico y la propuesta, para ello se basaron en fuentes primarias y secundarias para recabar la información relacionada con el problema de investigación, como es libros, textos, artículos científicos e internet acerca de la elaboración de revistas, gestión social-cultural y económica de la parroquia rural de Ambuqui en el año 2016-2017.

2.1.2 Investigación campo

Esta investigación es de gran importancia porque se trabajó directamente en el lugar de los hechos para recabar la información relacionada con el problema de estudio acerca de los medios físicos - técnicos que existen acerca del desconocimiento de la gestión social, cultural y económica de la parroquia rural de Ambuqui.

2.1.3 Investigación descriptiva

Esta investigación sirvió para describir cada uno de los medios que utilizan para difundir un comunicado a los moradores de la parroquia rural de Ambuqui para ello se utilizó una encuesta y una entrevista dirigida a la principal autoridad del GAD para recabar información relacionada con el problema de estudio.

2.1.4 Investigación propositiva

Esta investigación se utilizó para que una vez ya que una vez recabada y procesada la información se planteó una alternativa de solución acerca de la creación de un manual de imagen corporativa y una revista digital esta propuesta ayudará informando a los pobladores y turistas que concurren a este bello sector y de esta manera podrán guiarse y llegar a conocer la diversidad cultural, social y económica.

2.2 Métodos

El rigor científico de este proyecto se evidencia en una serie de métodos generales y específicos aplicados durante el desarrollo de la investigación.

2.2.1 Método inductivo

El método inductivo se aplicó en la medida en que se utilizó información específica y particular del diagnóstico para llegar a conclusiones y aspectos de carácter general en la parroquia rural de Ambuqui.

2.2.2 Método deductivo

Este método se le utilizó para la selección del problema de investigación, este método parte de hechos generales a particulares es decir parte del tema para luego ir particularizando acerca de la elaboración de una imagen corporativa y de una revista para la parroquia rural de Ambuqui.

2.2.3 Método analítico

Este método ayudo a que luego de haber obtenido la información producto de la aplicación de las encuestas y entrevista, se procesó y se procedió a realizar los respectivos análisis acerca de cómo se transmite y se informa acerca de la gestión social, cultural y económica en la parroquia rural de Ambuqui.

2.2.4 Método sintético

Este método se utilizó para después de haber procesado y analizado la información relacionada con el problema de investigación esa gran información se la sintetizo para conocer de cerca el problema acerca de la falta de promoción social, cultural y económica que se utilizan dentro de la parroquia rural de Ambuqui.

2.2.5 Método Estadístico

Este método se le utilizó para representar la información relacionada con el problema de estudio, para ello se le represento en cuadros, porcentajes y gráficos acerca de la escasa de promoción social, cultural y económica que se utilizan dentro de la Parroquia rural de Ambuqui.

2.2.6 Método específico

Como método específico del diseño gráfico para el desarrollo de la revista se utilizó el diseño editorial que básicamente consta del siguiente procedimiento: investigación y recopilación de información referida a aspectos sociales, culturales económicos del GAD parroquial rural de Ambuqui, desarrollo de técnico de un machote ajustado a especificaciones de diseño, maquetación de la revista, y finalmente se realizó el empaquetado de la revista digital. La digitalización de la información de la revista se la hizo con el software Adobe InDesign.

2.3 Técnicas

Las técnicas de investigación científica utilizadas en el proyecto fueron:

- **Encuesta.** - La misma que fue aplicada a una muestra representativa de 359 del universo a investigarse y que fue diseñada sobre la base de una serie de indicadores. Se aplicó la encuesta a la población que vive actualmente en el GAD de Ambuqui durante el mes de febrero, para ello en algunos casos se les entregó la encuesta para ser llenada y en otros el encuestador fue llenando de acuerdo con la información proporcionada por el encuestado.
- **Entrevista.** - para captar información específica y relevante fue necesario aplicar una entrevista estructurada al presidente del GAD parroquial rural de Ambuqui.
- **Observación.** - Varios indicadores del diagnóstico fueron captados mediante observación directa en la población de Ambuqui y en las oficinas del GAD parroquial rural de Ambuqui.
- **Documental.** - Fue importante la información secundaria o bibliográfica captada en documentos históricos y actuales existentes en los archivos del GAD parroquial rural de Ambuqui.

2.3.1. Instrumentos

Para poder operativizar las técnicas antes mencionadas fue necesario la utilización y aplicación de los siguientes instrumentos de investigación: cuestionarios, fichas de observación, fotografías, croquis, planos, fichas memo técnicas, software (Adobe InDesign).

2.4 Matriz de relación

Objetivos del diagnóstico	Variables del diagnóstico	Indicadores	Técnicas	Fuentes de Información
Sentar	Promoción de la gestión social, cultural y económica de los GAD	Danza	Encuesta Entrevista	Pobladores y presidente de la parroquia rural de Ambuqui
		Música		
		Gastronomía		
		Deportes		
		Arte		
		Saberes		
		Tradición		
		Experiencias		
		Forma de ser		
		Ingresos		
		Rendición de cuentas		
		Presupuesto		
		Desarrollo sustentable		
Diseñar	Revista digital y un manual de imagen corporativa	Historia	Observación	Pobladores y presidente de la parroquia rural de Ambuqui
		Ubicación		
		Flora		
		Plantas comerciales		
		Tradiciones		
		Lugares turísticos		
		Gastronomía		
		Hospedaje		
		Clasificados		
		Fotografías		
		Criterios gráficos		
		Papelería institucional		
		Publicidad/ Publicaciones propias		
		Artículos promocionales		
		Señalética institucional		

2.4 Población o universo

$$\eta = \frac{N \cdot \delta \cdot Z^2}{(N - 1)E^2 + \delta \cdot Z^2}$$

$$\eta = \frac{5477 \cdot 0.25 \cdot 1.96^2}{(5477 - 1)(0.05)^2 + 0.25 \cdot (1.96)^2}$$

$$\eta = \frac{5477 \cdot 0.25 \cdot 1.96^2}{(5477 - 1)(0.05)^2 + 0.25 \cdot (1.96)^2}$$

$$\eta = 359 \text{ encuestas}$$

2.6. Determinación de la muestra

Para optimizar tiempo y recursos en la aplicación de la encuesta diagnóstica se aplicó la siguiente fórmula estadística.

$$\eta = \frac{N \cdot \delta \cdot Z^2}{(N-1)E^2 + \delta \cdot Z^2}$$

η = Tamaño de la muestra, número de unidades a determinarse.

N = Universo o población a estudiarse.

δ^2 = Varianza de la población respecto a las principales características que se van a representar. Es un valor constante que equivale a 0,25, ya que la desviación típica o estándar tomada como referencia es $\delta = 0.5$. El valor de la desviación estándar, es aconsejable obtenerla sobre la base de la aplicación de una encuesta piloto.

$N - 1$ = Corrección que se usa para muestras mayores a 30 unidades.

E = Límite aceptable de error de muestra que varía entre 0.01-0.09 (1% y 9%).

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza o nivel de significancia con el que se va a realizar el tratamiento de estimaciones. Es un valor constante que si lo toma en relación al 95% equivalente al 1.96.

CAPÍTULO III

3.1. Aplicación de una encuesta a los pobladores de la parroquia rural de Ambuqui

Los análisis realizados se asociarán conjuntamente con los análisis y entrevistas similares de diferentes autores como son Espadas, Concalves, Criollo, Sotomayor y AME, conjuntamente con los resultados propios obtenidos en febrero del 2017.

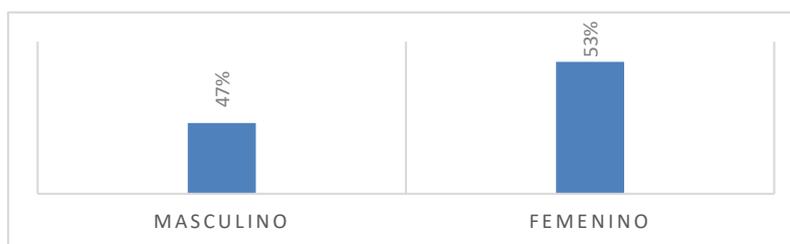
Tabulación y análisis de datos

Tabla No. 1
Género

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Masculino	168	47%
Femenino	191	53%
Otro	0	0%
Total	359	100%

Fuente: Encuesta febrero 2017
Elaboración propia

Grafico No.1
Género



Interpretación

De una muestra de 359 habitantes la mayoría son mujeres, ya dicho en cifras da un total de 191 habitantes de género femenino equivalentes al 53% de la población, mientras que el 47% restante equivale a los habitantes de género masculino, comparando con la investigación que realiza (Calderón, 2016) menciona que en la parroquia Rural de Ambuqui en el año 2016 con un total de 5.477 habitantes 2.707 son de género masculino equivalente al 49.12% y 2.770 son de género femenino equivalente al 50.58%, es decir que la población ha crecido en un 3% en género femenino mientras que en género masculino la población ha decrecido en un 2%.

Pregunta No.1

¿Cómo considera las actividades sociales que realiza el GAD actual?

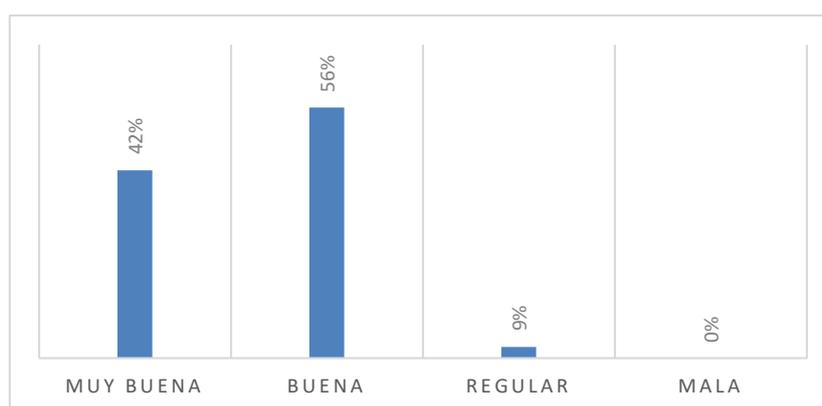
Tabla No. 2
Gestión actual del GAD

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Muy buena	150	42%
Buena	200	56%
Regular	9	3%
Mala	0	0%
Total	359	100%

Fuente: Encuesta febrero 2017

Elaboración propia

Gráfico No. 2
Gestión actual del GAD



Interpretación

En una pregunta similar según (Sotomayor, 2015) menciona que de un total de 217 habitantes 157 de ellos equivalentes al 72.35% , dando un porcentaje mayor a la mitad considera que el desempeño del GAD es bueno, comparando estos datos con las datos obtenidos en la encuesta realizada en el mes de febrero del 2017, podemos decir que del total de 359 habitantes, 200 de ellos equivalentes a un 56%, siendo este el porcentaje mayoritario consideran que la gestión social del GAD es buena.

Pregunta No.2

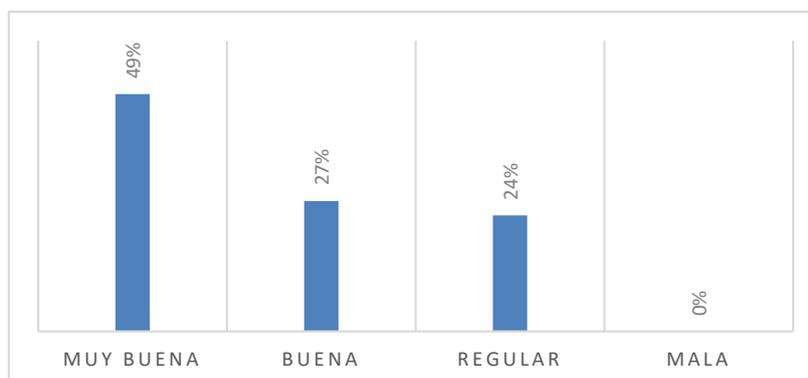
¿Cómo considera las actividades culturales que realiza el GAD actual?

Tabla No.3
Actividades culturales

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Muy buena	175	49%
Buena	98	27%
Regular	9	24%
Mala	0	0%
Total	359	100%

Fuente: Encuesta febrero 2017
Elaboración propia

Gráfico No.3
Actividades culturales



Interpretación

En una pregunta similar según (Sotomayor, 2015) menciona que de un total de 217 habitantes 157 de ellos equivalentes al 72.35% , dando un porcentaje mayor a la mitad considera que el desempeño del GAD es bueno, comparando estos datos con las datos obtenidos en la encuesta realizada en el mes de febrero del 2017, podemos decir que del total de 359 habitantes, 175 de ellos equivalentes a un 49%, siendo este el porcentaje mayoritario consideran que la gestión cultural del GAD es muy buena.

Pregunta No.3

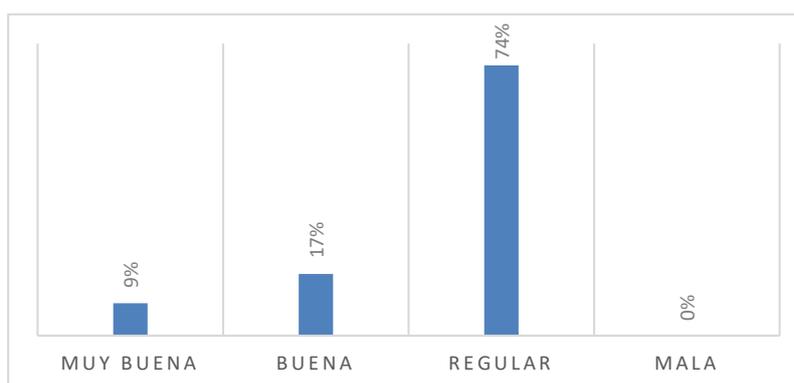
¿Cómo considera las actividades económicas que realiza el GAD actual?

Tabla No. 4
Actividades económicas

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Muy buena	34	9%
Buena	61	17%
Regular	264	74%
Mala	0	0%
Total	359	100%

Fuente: Encuesta febrero 2017
Elaboración propia

Gráfico No. 4
Actividades económicas



Interpretación

En una pregunta similar según (Sotomayor, 2015) menciona que de un total de 217 habitantes 157 de ellos equivalentes al 72.35% , dando un porcentaje mayor a la mitad considera que el desempeño del GAD es bueno, comparando estos datos con las datos obtenidos en la encuesta realizada en el mes de febrero del 2017, podemos decir que del total de 359 habitantes, 264 de ellos equivalentes a un 74%, siendo este el porcentaje mayoritario consideran que la gestión económica del GAD es regular.

Pregunta No.4

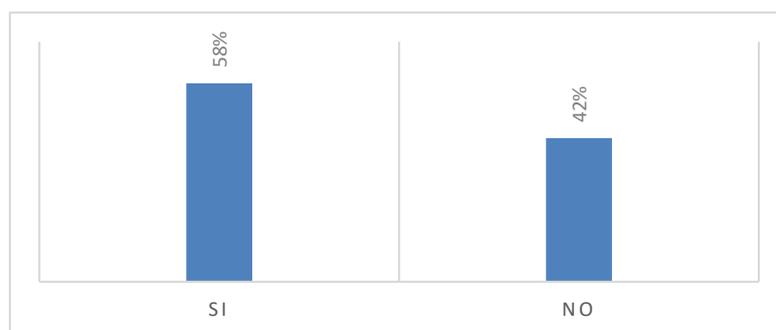
¿Ud. ha colaborado usted con el GAD en actividades sociales?

Tabla No.5
Colaboración de la ciudadanía con el GAD en actividades sociales

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	207	58%
No	152	42%
Total	359	100%

Fuente: Encuesta febrero 2017
Elaboración propia

Gráfico No.5
Colaboración de la ciudadanía con el GAD en actividades sociales



Interpretación

Una parte mayor de los encuestados responden a que son participes en las actividades que realiza el GAD, tanto en actividades sociales dando un 57.67% y un 20% en actividades que fomentan la cultura, de acuerdo (Espadas, pág. 126), a lo que expresan que “tomar parte del poder, se convierte en un método de profundización democrática”. Comparando estos datos con las datos obtenidos en la encuesta realizada en el mes de febrero del 2017, podemos decir que del total de 359 habitantes, 207 de ellos equivalentes a un 58%, siendo este el porcentaje mayoritario afirman que si colaboran en actividades sociales conjuntamente con el GAD.

Pregunta No.5

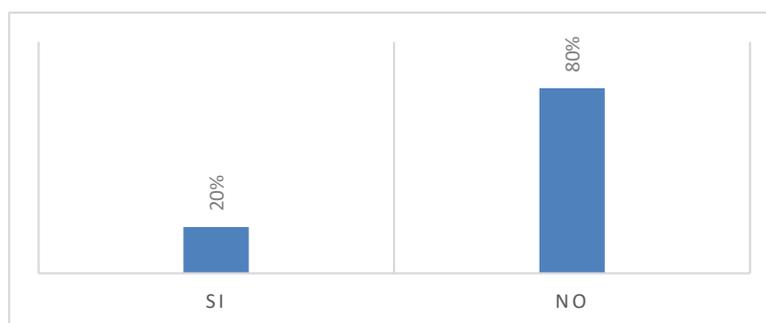
¿ Ha colaborado usted con el GAD en actividades culturales?

Tabla No. 6
Actividades culturales

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	72	20%
No	287	80%
Total	359	100%

Fuente: Encuesta febrero 2017
Elaboración propia

Gráfico No.6
Actividades culturales que realiza el GAD



Interpretación

Una parte mayor de los encuestados responden a que son participes en las actividades que realiza el GAD, tanto en actividades sociales dando un 57.67% y un 20% en actividades que fomentan la cultura, de acuerdo (Espadas, pág. 126), a lo que expresan que “tomar parte del poder, se convierte en un método de profundización democrática”. Comparando estos datos con los datos obtenidos en la encuesta realizada en el mes de febrero del 2017, podemos decir que del total de 359 habitantes, 287 de ellos equivalentes a un 80%, siendo este el porcentaje mayoritario afirman que no participan en actividades culturales conjuntamente con el GAD.

Pregunta No.6

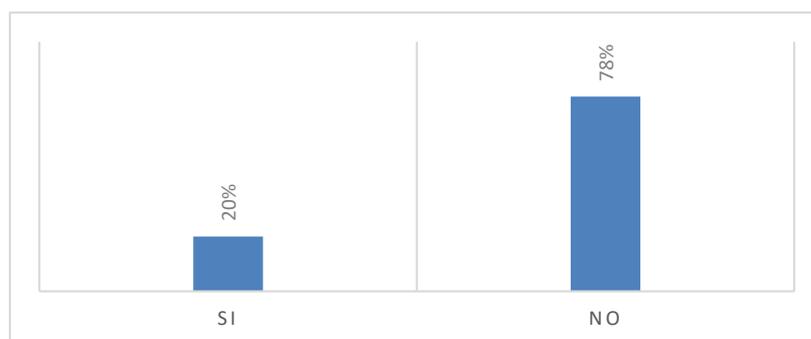
¿Ha colaborado usted con el GAD en actividades económicas?

Tabla No. 7
Actividades económicas

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	80	22%
No	279	78%
Total	359	100%

Fuente: Encuesta febrero 2017
Elaboración propia

Gráfico No. 7
Actividades económicas



Interpretación

Una parte mayor de los encuestados responden a que son participes en las actividades que realiza el GAD, tanto en actividades sociales dando un 57.67% y un 20% en actividades que fomentan la economía, de acuerdo (Espadas, pág. 126), a lo que expresan que “tomar parte del poder, se convierte en un método de profundización democrática”. Comparando estos datos con los datos obtenidos en la encuesta realizada en el mes de febrero del 2017, podemos decir que del total de 359 habitantes, 279 de ellos equivalentes a un 78%, siendo este el porcentaje mayoritario afirman que no participan en actividades económicas que realiza el GAD.

Pregunta No.7

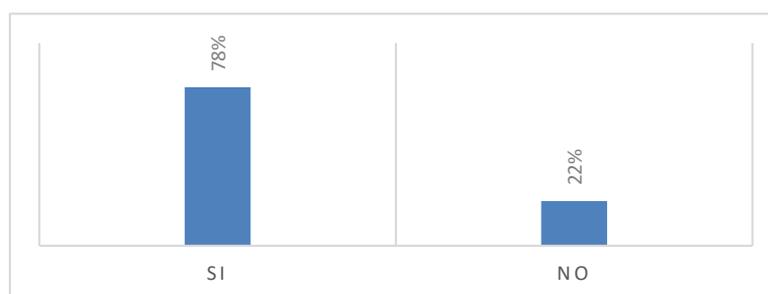
¿Considera importante que el GAD socialice sus actividades mediante una revista?

Tabla No. 8
Socialización de actividades

REVISTA	FRECUENCIA	%
Si	280	78%
No	79	22%
Total	359	100%

Fuente: Encuesta febrero 2017
Elaboración propia

Gráfico No. 8
Socialización de actividades



Interpretación

Como es de conocimiento la comunicación juega un papel de suma importancia dentro del desarrollo de la sociedad en general, (Concalves, 2007, pág. 32) dice que “los medios de comunicación son la forma más eficaz y rápida de transmitir un mensaje”, es por ello que gran parte de los ciudadanos encuestados mencionan que les gustaría ser informados a través de una revista, si damos datos en cifras 280 ciudadanos equivalentes a un 78% , pero un 22% menciona que no.

Pregunta No.8

¿Considera que la actual administración del GAD informa periódicamente sus actividades?

Tabla No. 9
Informe periódico de actividades

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Permanente	110	31%
A veces	223	62%
Nunca	26	7%
Total	359	100%

Fuente: Encuesta febrero 2017

Elaboración propia

Gráfico No. 9
Informe periódico de actividades



Interpretación

De acuerdo a la ley por obligatoriedad el un Gobierno Autónomo Descentralizado debe tener un constante acercamiento con sus mandatarios, por así decirlo este debe mantener charlas informativas por lo cual muchos gobiernos utilizan las gacetas para informar el acontecer local, pero de acuerdo con los datos obtenidos de la encuesta realizada a los moradores de la parroquia rural de Ambuqui destaca un 62% de la población que expresa que el GAD informa a veces, pero un 31% es permanentemente (AME, 2017) “expresa que es necesario tener una gaceta para informar a sus mandatarios, todo ámbito de importancia para los ciudadanos ”.

Pregunta No.9

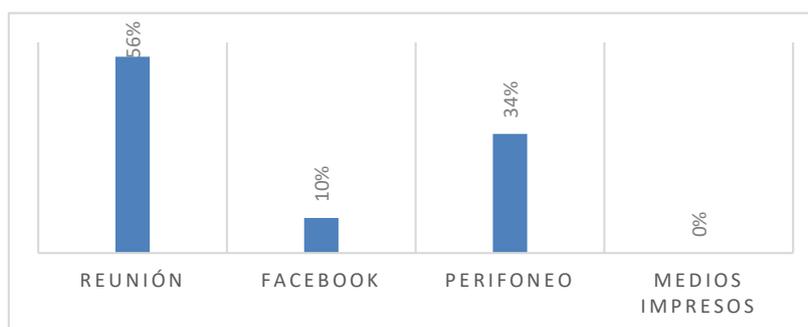
¿Por qué medios recibió la información?

Tabla No.10
Medios de información

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
En una reunión	200	56%
Facebook	35	10%
Perifoneo	119	34%
Medios impresos	0	0%
Total	359	100%

Fuente: Encuesta febrero 2017
Elaboración propia

Gráfico No.10
Medios de información



Interpretación

(Criollo, Paola, 2012) en una pregunta similar menciona que de un total de 320 habitantes 234 de ellos equivalentes al 73.13%, mencionan que recibieron información por medios televisivos, 66 de ellos equivalentes al 20.62% mencionan que fue radial y los 20 restantes que son equivalentes al 6.25% dijo que de manera personal, en el caso de la parroquia rural de Ambuquí en la encuesta realizada anteriormente de un total de 359 habitantes, 200 de ellos equivalentes al 56%, es decir más de la mitad de la muestra recibieron información mediante una reunión y otra gran mayoría mediante perifoneo es decir 119 equivalentes al 34% , además existieron 35 habitantes, equivalentes al 10% que se informaron mediante la página de Facebook, pero también existieron personas que no se informaron por medios impresos. En conclusión la mayoría de habitantes se informan de cualquier actividad en una reunión.

Pregunta No.10

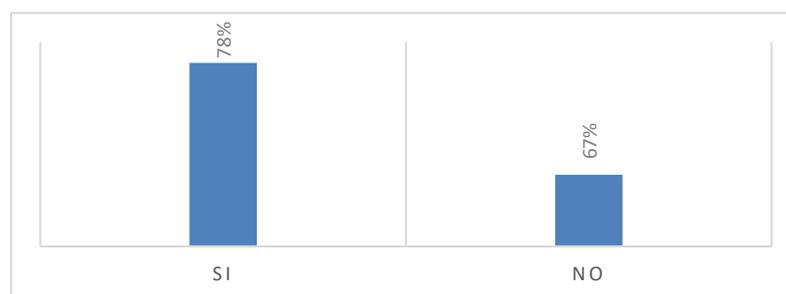
¿Recibió información relacionado con lo social?

Tabla No.11
Recibe Información social

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	120	33%
No	239	67%
Total	359	100%

Fuente: Encuesta febrero 2017
Elaboración propia

Gráfico No.11
Recibe Información social



Interpretación

En una pregunta similar menciona (Sotomayor, 2015) que no existe una buena información recibida, de un total de 217 habitantes un total de 198, equivalente más de la mitad con una cifra porcentual de 91.24%, considera que la información no reciben y los 19 restantes con una cifra porcentual de 8.76% dicen que si reciben información, comparando los datos con la encuesta realizada en el mes de febrero podemos decir que los resultados no varían debido a que de un total de 359 habitantes 239 de ellos equivalentes al 67% mencionan que no reciben información social con esto se evidencia que existe desconocimiento por parte de los moradores del sector.

Pregunta No.11

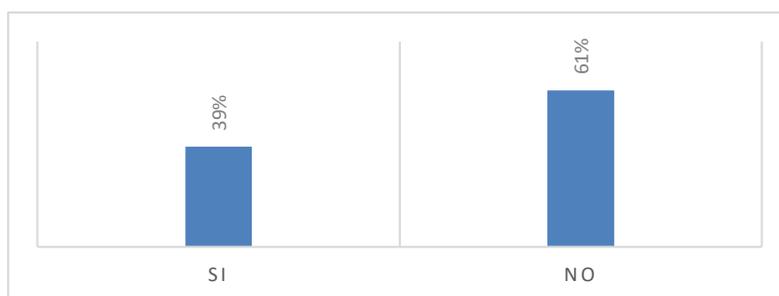
¿Recibió información relacionado con lo cultural?

Tabla No. 12
Recibe Información cultural

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	140	39%
No	219	61%
Total	359	100%

Fuente: Encuesta febrero 2017
Elaboración propia

Tabla No. 12
Recibe Información cultural



Interpretación

En una pregunta similar menciona (Sotomayor, 2015) que no existe una buena información recibida, debido a que de un total de 217 habitantes un total de 198, equivalente más de la mitad con una cifra porcentual de 91.24%, considera que la información no reciben y los 19 restantes con una cifra porcentual de 8.76% dicen que si reciben información, comparando los datos con la encuesta realizada en el mes de febrero podemos decir que los resultados no varían debido a que de un total de 359 habitantes 219 de ellos equivalentes al 61% mencionan que no reciben información cultural, y como es con un porcentaje superior al de la mitad se puede decir que si existe desinformación de las actividades culturales.

Pregunta No.12

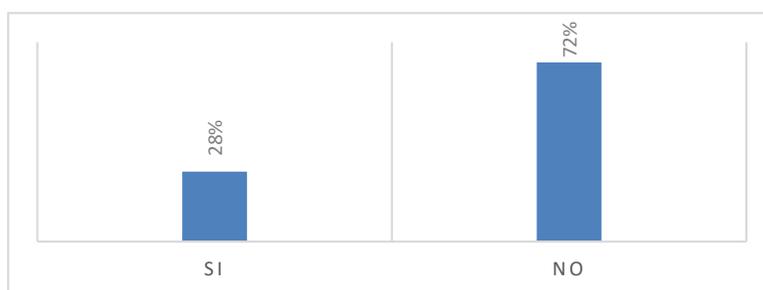
¿Recibió información relacionado con lo económico?

Tabla No. 13
Recibe Información económica

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	99	28%
No	260	72%
Total	359	100%

Fuente: Encuesta febrero 2017
Elaboración propia

Gráfico No. 13
Recibe Información económica



Interpretación

En una pregunta similar menciona (Sotomayor, 2015) que no existe una buena información recibida, debido a que de un total de 217 habitantes un total de 198, equivalente más de la mitad con una cifra porcentual de 91.24%, considera que la información no reciben y los 19 restantes con una cifra porcentual de 8.76% dicen que si reciben información, comparando los datos con la encuesta realizada en el mes de febrero podemos decir que los resultados no varían debido a que de un total de 359 habitantes 260 de ellos equivalentes al 72% mencionan que no reciben información económica, como consecuencia se evidenció que si existe la falta de información acerca de lo social cultural y económico

Pregunta No.13

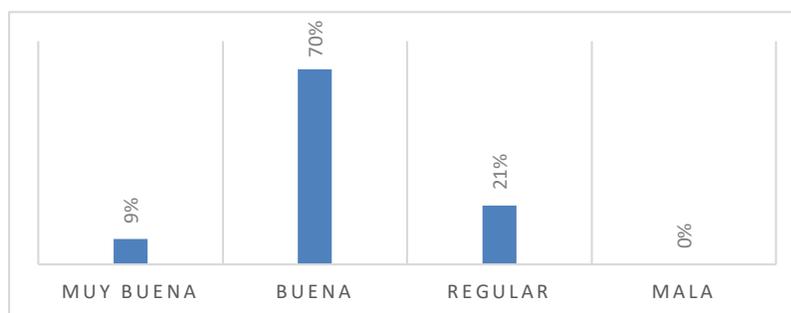
¿La información recibida considera que fue?

Tabla No.14
Información recibida

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Muy buena	32	9%
Buena	250	70%
Regular	77	21%
Mala	0	0%
Total	359	100%

Fuente: Encuesta febrero 2017
Elaboración propia

Gráfico No.14
Información recibida



Interpretación

En una pregunta similar menciona (Sotomayor, 2015) que de un total de 217 habitantes, 128 habitantes equivalente a un 58.99% dice que la información que recibió es buena, 77 de ellos que es muy buena equivalente al 35.48% y 12 de ellos equivalente al 5.53% menciona que es mala, si comparamos los datos en la encuesta realizada, de un total de 359 muestra, 250 de ellos equivalente al 70% mencione que la información que recibió es buena y 77 equivalente al 21% dice que es regular y 32 de ellos equivalente al 9%, menciona que es muy buena. Si analizamos los datos, se mantienen similares a los del año 2015.

3.2. Entrevista realizada al presidente del GAD de la parroquia rural de Ambuqui del cantón Ibarra de la provincia de Imbabura: Tnlogo. Adriano Cárdenas.

ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA

1. *¿Cuánto tiempo está en su cargo de presidente?*

Mi tiempo como presidente es de 3 años desde mayo del 2014.

2. *¿Cuál es la principal fuente de información para los moradores de la parroquia?*

Bueno acá nosotros como parroquia en si no tenemos un centro específico, donde esté implantado un centro de información, más bien siempre aquí se ha catalogado lo que son las mismas hosterías, lo que es el GAD parroquial, lo que es la Tenencia Política y en si nuestra población como dirigentes y como líderes de cada uno de los sectores.

3. *¿Cuenta usted con el apoyo del municipio para la promoción de la parroquia?*

Bueno nosotros hemos estado trabajando conjuntamente, articuladamente con el municipio y justo ellos tienen lo que es el departamento de turismo, y se está trabajando directamente para lo que es la promoción, difusión no solamente con el gobierno municipal más bien también estamos trabajando con el gobierno provincial de Imbabura.

4. *¿De qué manera promociona la parte cultural de la parroquia?*

Bueno nosotros a través de los diferentes eventos culturales que se realizan en cada una de nuestras comunidades, lo que es el evento de la parroquialización de aquí de nuestra parroquia y en si cuando nosotros tenemos la oportunidad de acompañar también a nuestras hermanas parroquias de la provincia de Imbabura, del Carchi para nosotros promocionar lo que nosotros tenemos acá como es la bomba, como es de igual manera la danza y en si los inti raymis, porque acá nuestra parroquia es llena de cultura, floricultural.

5. ***Dentro de su equipo de trabajo existe una persona a quien se le asigne a tarea de realizar la promoción de la gestión social, cultural y económica del GAD?***

Bueno nosotros acá dentro de cada una de nuestras parroquias creo, está conformada por las comisiones, y dentro de esto nosotros tenemos a nuestro compañero Franklin Chalá que está dentro de la comisión de cultura.

6. ***¿En cuanto al presupuesto que se le asigna, cuanto dispone para la promoción de la gestión social cultural y económica del GAD?***

Más bien nosotros tenemos un presupuesto muy bajo, y dentro de eso lo que nosotros podemos y hacemos es en las diferentes comunidades como vuelvo a repetir lo que son los eventos culturales pero en si para lo que es la promoción cultural más o menos tenemos asignado unos \$ 3.000, que es muy poco.

7. ***¿En qué medida considera usted importante informar a la comunidad de su parroquia lo que se realiza en el ámbito social cultural y económico?***

Bueno nosotros como cada uno de los niveles de gobierno, tenemos la obligación en sí de rendir cuentas a nuestra población, y dentro de eso en cada año hacemos una rendición de cuentas y dentro de esa rendición de cuentas de igual manera informamos los aspectos culturales que se han realizado durante el año.

8. ***¿Desearía usted que se desarrolle una revista digital, en la cual se evidencie lo que se ha realizado en su gestión?***

Por supuesto, acá no solamente dentro de la revista debe ir el ámbito cultural, sino social, deportivo, de obras, de desarrollo que se ha venido haciendo durante la gestión del gobierno parroquial en la cual no solamente aquí estaríamos trabajando lo que es directamente las obras

no solamente como gobierno parroquial, sino como gobierno cantonal porque acá estamos trabajando conjuntamente articuladamente entre los tres niveles de gobierno.

9. *¿Qué le gustaría como parte extra informar dentro de la revista digital?*

Bueno, dentro de esto nosotros siempre lo que tratamos es de promocionar lo que nosotros tenemos y dentro de lo que es nuestra parroquia una de las fortalezas es por ejemplo el clima por ejemplo la gastronomía , hosterías comunitarias, existen dentro de las comunidades de igual manera tenemos, lo que es el tema de nuestra quebrada seca, que muchos han venido a refundirse diríamos dentro de lo que es la arena y han sacado el frio y esas son potencialidades que muchas veces no las conocemos pero las tenemos de igual manera acá tenemos algo que muchos no le conocen la mujer dormida acá en Ambuqui y en especial la fruta más tradicional que es conocida Ambuqui es los ovos.

10. *¿Cuáles son los platos gastronómicos de Ambuqui?*

Acá tenemos por ejemplo el guandul, es uno de las cosas o los platos fuertes de este frejol que es cero químicos, que conjuntamente con la yuca y la fritada, el pollo frito que nos encontramos igual en mascarilla, y otra de las cosas que acá tenemos igual como gastronomía es el sancocho son cosas que en sí están claras.

11. *¿De qué manera se realizan las reuniones en el GAD, que materiales utiliza, con qué medios informa?*

Nosotros por lo general, aquí se hacen las asambleas comunitarias, son las asambleas parroquiales y de igual manera aquí lo que hacemos es mediante la presentación del proyector, como es que tenemos el infocus, nuestras computadoras, de igual manera tenemos los parlantes, hacemos perifoneo de esta manera nosotros informamos a nuestra población.

12. *¿Cuáles son los mayores atractivos de la parroquia?*

Como atractivos vuelvo a repetir tenemos la mujer dormida, el clima, los ovos, los derivados del ovo como son: los helados de ovo, las mermeladas de ovo, el licor de ovo y aparte de eso aquí vuelvo a repetir nuestra quebrada seca y tenemos en la parte alta nuestro páramo de igual manera que queremos explotarle ojala a futuro con lo que es el turismo comunitario aparte de eso y de igual manera pues acá en el valle del Chota encontramos las mascarillas que hacemos y en si la gastronomía y nuestro río como fortaleza que todos los años hacemos los carnavales coangue a las orillas del río.

13. *¿A que se dedican la mayoría de moradores de la parroquia?*

Bueno nuestra población por lo general es más dedicada al campo lo que es la agronomía, entonces aquí lo que es la agricultura la gente se dedica al campo todo un poco lo que es la parte fría o en el páramo un poco la ganadería y aparte el comercio informal.

14. *¿Tal vez sabe ud. cuál es el nivel de estudio de los moradores de la parroquia rural?*

Bueno su mayor porcentaje han terminado la escuela en la actualidad el bachillerato pero hasta ahí y un porcentaje mínimo asciende a lo que es el nivel superior.

3.3. FODA

3.3.1 Fortalezas

- El equipo de trabajo.
- El gobierno articulado a nivel de gobierno.
- Estar más cerca de la población para trabajar en el ámbito cultural, social y económico.

3.3.2 Oportunidades

- Convenio con la Prefectura de Imbabura.

- Crecimiento de la parroquia y prosperar.
- Necesidad de adquirir la revista.

3.3.3 Debilidades

- Los moradores de la parroquia muy poco colaboran en actividades de carácter económico las que el GAD necesita.
- El escaso uso de medios digitales hace que no llegue el mensaje a toda la población del GAD.
- El desconocimiento de medios masivos hace que los moradores de la parroquia no asistan en un buen número a las asambleas que le presidente del GAD convoca.

3.3.4 Amenazas

- La población no tiene acceso a las nuevas tecnologías.
- El pueblo en su gran mayoría es rural, y carecen de puntos de acceso al internet.
- Poca información proporcionada.

CAPÍTULO IV

4.1. Propuesta

PROMOCIÓN SOCIAL, CULTURAL Y ECONÓMICA DEL GAD PARROQUIAL DE AMBUQUI

4.2. Justificación

La propuesta se realizó, con el fin de ayudar a los moradores de la parroquia rural de Ambuqui, para de esta forma la falta de promoción que existe en la parroquia, es por eso que se creó una revista digital, en la que se dará a conocer los ámbitos sociales, culturales y económicos de la parroquia, esperando que sea beneficioso para los moradores de la misma.

Para el GAD Parroquial se creó un manual de imagen corporativa, en el cual se establece, acerca de cómo usar el imago tipo, los cortes que se deben realizar en el caso de no visualizarse el tamaño mínimo, sus versiones cromáticas, colores corporativos y también contendrá una papelería institucional. Además también se creó una revista denominada “El Ambuco”, la cual será trimestral en la misma que se informará acerca de las actividades que realiza el GAD y generar un puente de información para la población, una de las secciones de la revista será de clasificados, en el cual los moradores podrán colocar el anuncio y de esta manera incrementar la economía de la parroquia, y también se estableció un manual de estilo gráfico de la revista “El Ambuco”, el mismo que contendrá normas de estilo relacionados con la revista e imagen como son: tipografías complementarias, cromática, usos correctos e incorrectos, áreas autónomas y sobre todo la clase de retícula que se utilizó para diagramar y diseñar la revista finalmente.

4.3.Fundamentación minimarco teórico

Para realizar esta propuesta se tomó en cuenta los aspectos más relevantes como son: Diseño Editorial debido a que en el manual de imagen corporativa, la revista digital y el manual de la misma se utilizó el sistema de retículas modular, por lo que este tipo de retícula es adaptable y fácil de crear, porque las guías se crean de acuerdo a lo que se necesite y se requiera.

(López, 2015) menciona que: Una manera sencilla y eficaz de diseñar páginas de revistas o catálogos es siguiendo una **retícula modular** (en inglés *modular grid*). Básicamente se trata de un conjunto de guías que dividen la página en secciones, creando una matriz de celdas llamadas módulos para colocar los elementos en diversas formas y estilos diferentes.

Para realizar la maquetación se lo debe ejecutar a través del software de Adobe como es Adobe InDesign, el cual ayuda en la creación de guías y columnas, ya sea para revistas, catálogos, libros o cualquier pieza editorial. Para construir una retícula se debe tomar en cuenta algunos aspectos como son:

- Definir el formato de la página.
- Definir los márgenes del documento.
- Establecer la cantidad y tamaño de las columnas (de acuerdo al tipo de documento).
- Establecer el espacio entre columnas.
- Definir el número de columnas y filas.
- Establecer la ubicación de los marcadores.

- Si se trabajará con múltiples tipos de información sería conveniente establecer un sistema modular.

A continuación una imagen que explica lo antes citado:

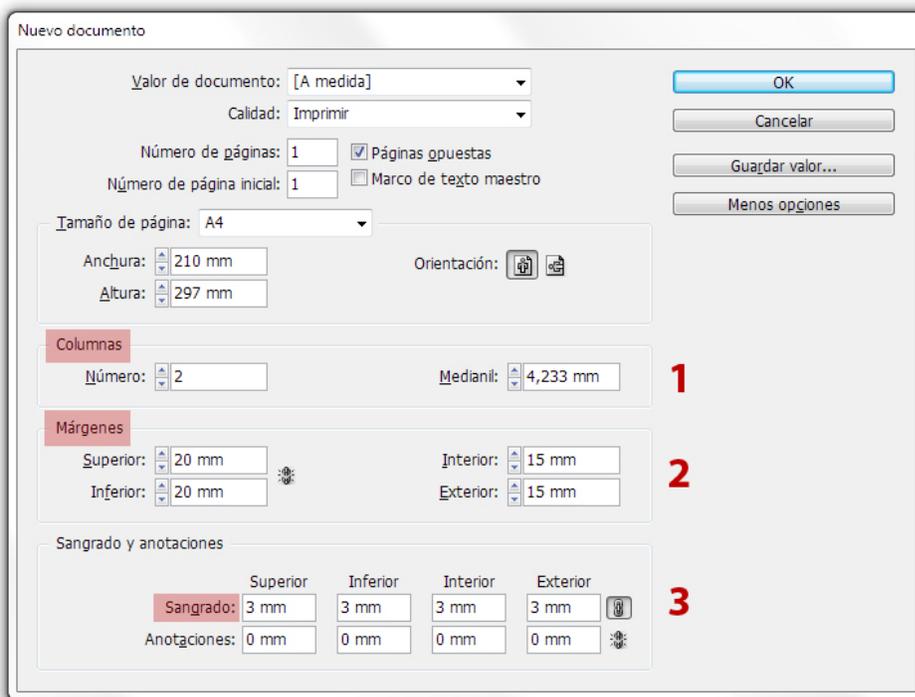


Figura No.6.- Creación de una hoja preliminar en Adobe InDesign

Fuente: <http://www.cevagraf.coop/posts/reticula-modular-maquetar-indesign/>

Al momento de utilizar la retícula modular se debe saber que existen ventajas tanto como desventajas, es la adecuada cuando existe demasiada información, debido a que ayuda a maquetar el texto y gráficos de una manera coherente también ayuda con la precisión pero a su vez puede ser confusa.“ Como su propio nombre indica está compuesta por módulos del mismo tamaño. Aunque en cierto modo es una modalidad bastante más compleja, también nos aporta más facilidades, flexibilidad y movilidad para estructurar nuestros contenidos.” (Marín, 2014)

La retícula modular es usada debido a que la maquetación se visualiza de una manera muy estética y es porque el módulo define la altura, y la longitud de un párrafo y estos pueden ser horizontales o verticales.

Además se debe tomar en cuenta los espacios en blanco, debido a que estos son los que sirven para que la vista descanse es por ello que la mayoría de trabajos llevan espacios en blanco.

(Quintana, 2016) menciona que: Todos los trabajos de diseño célebres valoran tanto la mancha del contenido como el blanco, o la ausencia de este. Los espacios en blanco, como los márgenes, se calculan mediante la sección áurea u otras relaciones matemáticas y es tan importante como el contenido.

Para evitar la saturación de objetos es bueno emplear espacios en blanco debido a que de esta manera será más legible y agradable al ojo humano y provoque menos cansancio y de esa manera continuar con una lectura mucho más rápida.

Los formatos para revistas digitales o cualquier publicación que sea esta, vienen establecidos por el software Adobe InDesign, una edición digital de una revista puede publicarse bajo diferentes formatos, uno de ellos es el PDF interactivo descargable desde una web, el PDF estático (réplica de la versión impresa) también descargable de una web o alojada en una app, tenemos los quioscos que encontramos en las tiendas de apps, las webs que funcionan como revista.

Existen diferentes maneras de publicar revistas digitales en webs. Podemos hacer disponible un PDF réplica de la versión impresa para descargar (decidiendo si queremos cobrar por descarga o no), también publicar un PDF más interactivo, además colgar o publicarla en Issuu.

(Rucián Carla, n.d.) menciona que: Los hábitos de lectura de la gente cambiaron con la llegada de internet, pero lo han hecho aún más desde la llegada de las tabletas, los smartphones, los lectores de libros electrónicos y de más aparatos tecnológicos. Estos dispositivos han hecho que la literatura sea más accesible y que la podamos trasladar con mayor facilidad ¿cuánta gente aprovecha el trayecto matutino al trabajo, la universidad o el colegio para leer algo en ellos? creo que todos sabemos que unos cuantos.

Las revistas digitales que han sido exitosas lo han logrado cambiando tanto su formato, y como hoy en día la mayoría de comunicaciones son de manera digital, se vuelven publicaciones instantáneas conectadas con el enorme e interminable flujo de información que se produce en la web. Éstas deben cambiar para ajustarse a las necesidades de sus lectores y cumplir su objetivo de informar y entretener a sus lectores donde sea que éstos estén.

Para la realización del manual corporativo, se emplea el mismo software y los mismos consejos mencionados anteriormente.

El manual corporativo se realizó con el fin de recoger los elementos constitutivos de la imagen visual del GAD parroquial rural de Ambuqui. Como elementos constitutivos se establecen las pautas de construcción, el uso de las tipografías y las aplicaciones cromáticas de la marca, esto en base a criterios gráficos, pero también existirá una papelería institucional en la cual contendrá elementos a utilizarse en el GAD, en las publicaciones propias la revista digital y elementos para promocionar al GAD, a través de artículos promocionales que se encontrarán posteriormente y la señalética institucional. La consolidación de la nueva imagen que necesita de una atención especial a las

recomendaciones expuestas en este manual, como documento que nos garantiza una unidad de criterios en nuestra comunicación y difusión pública.

4.4.Objetivos

4.4.1. General

- Proponer una revista, mediante la difusión de medios digitales para la promoción de la gestión social, cultural y económica del GAD parroquial rural de Ambuqui, además de la imagen corporativa que servirá de identificador para el reconocimiento del GAD tanto fuera como dentro de la parroquia.

4.4.2. Específicos

- Seleccionar actividades sociales, culturales y económicas con el objetivo de que conozcan a nivel nacional, provincial y parroquial.
- Publicar las actividades sociales, culturales, económicas y deportivas que realiza el GAD parroquial.
- Socializar la revista digital, a las autoridades, pobladores del GAD parroquial rural de Ambuqui con el objetivo de promocionar la gestión social, cultural y económica.

4.5. Ubicación Sectorial y Física (MAPA)

País: Ecuador

Provincia: Imbabura

Ciudad: Ibarra

Institución: GAD Parroquial Rural de Ambuqui

Beneficiarios: Autoridades, pobladores, turistas nacionales y extranjeros.

4.6. Desarrollo de la propuesta

4.6.1. Misión

Hacer del GAD Parroquial Rural de Ambuqui, una institución confiable y responsable comprometidos en la planificación con actores de la sociedad y otras instituciones del sector público, gestionando los proyectos para que garanticen el desarrollo social, económico y ambiental de la población, el gobierno parroquial impulsa la transparencia y ética institucional, contando con el talento humano altamente comprometido, capacitado y motivado con la sociedad ambuquireña. (GAD Parroquial rural de Ambuqui, 2017).

4.6.2. Visión

Ambuqui al 2035, orgullosa de su identidad ancestral e interculturalidad, propicia el desarrollo social e integral de su territorio, mediante el mejoramiento de la vialidad, conectividad y servicios básicos; el fomento agro productivo, agroindustrial y la comercialización de productos de calidad, además el desarrollo turístico, fundamentados en la organización social y sostenibilidad ambiental para el buen vivir de su población; constituye un referente deportivo y cultural a nivel nacional e internacional. (GAD Parroquial rural de Ambuqui, 2017)

4.6.3. Valores

Los valores del GAD parroquial rural de Ambuqui son: Comprensión, liderazgo, honestidad, disciplina, responsabilidad y transparencia. (GAD Parroquial rural de Ambuqui, 2017)

4.6.4. Bocetos de imagen corporativa

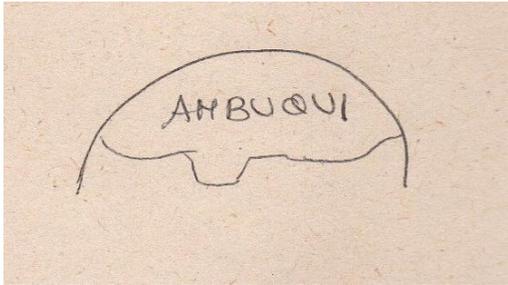


Figura No.7.- Boceto para la creación de la imagen corporativa
Fuente: Cristina Moreno

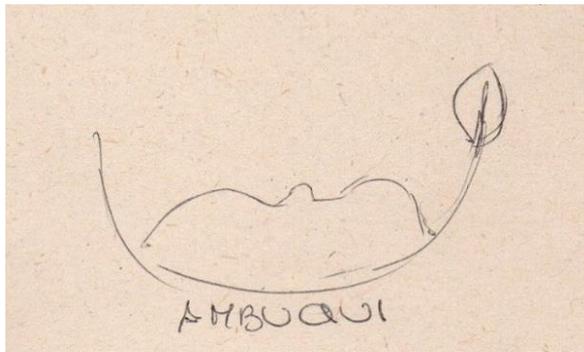


Figura No.8.- Boceto para la creación de la imagen corporativa
Fuente: Cristina Moreno

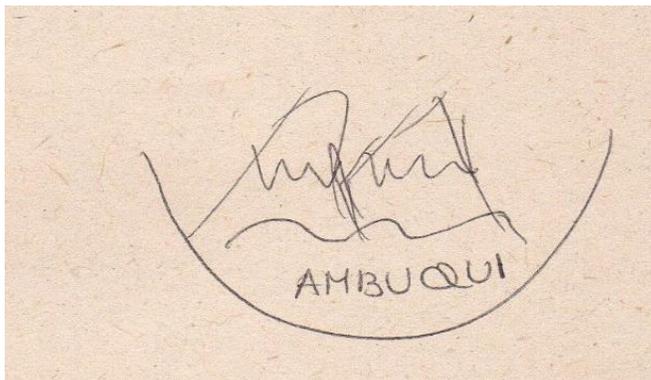


Figura No.9.- Boceto para la creación de la imagen corporativa
Fuente: Cristina Moreno

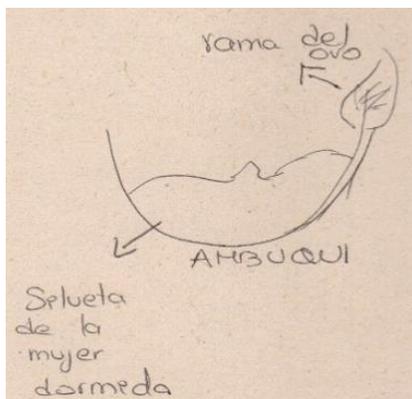


Figura No.10.- Boceto para la creación de la imagen corporativa
Fuente: Cristina Moreno

Se partió de 4 bocetos los cuales representan los atractivos de la parroquia rural de Ambuqui partiendo de “La mujer dormida”, que se encuentra en el páramo y “La quebrada seca”, que es más conocida como la playa de Ambuqui, los cuales fueron explicados anteriormente.

Posteriormente, quedó definido la mujer dormida y la rama de ovo como los componentes del imagotipo y también se eligió las versiones cromáticas, es por eso que los colores que utilizarán serán negro y con el color de la fruta más popular de Ambuqui que es el ovo.



Figura No.11.- Fotografías de la mujer dormida y la planta del ovo
Fuente: Cristina Moreno

4.1.2. Digitalización de la imagen corporativa

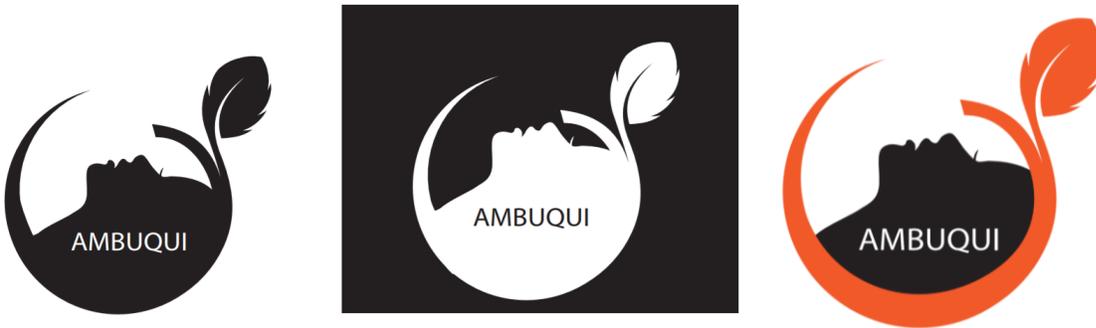


Figura No.12.- Digitalización de la imagen en el software Ilustrador
Fuente: Cristina Moreno

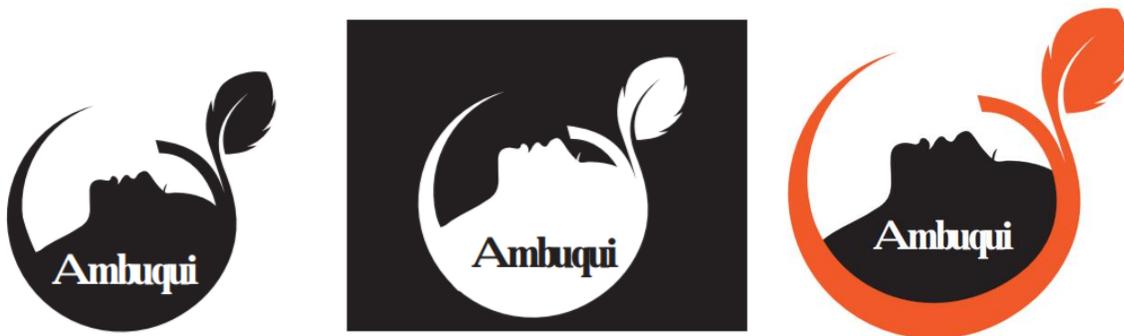


Figura No.13.- Digitalización de la imagen en el software Ilustrador
Fuente: Cristina Moreno



*Figura No.14.- Digitalización de la imagen en el software Ilustrador
Fuente: Cristina Moreno*



*Figura No.15.- Digitalización de la imagen en el software Ilustrador
Fuente: Cristina Moreno*

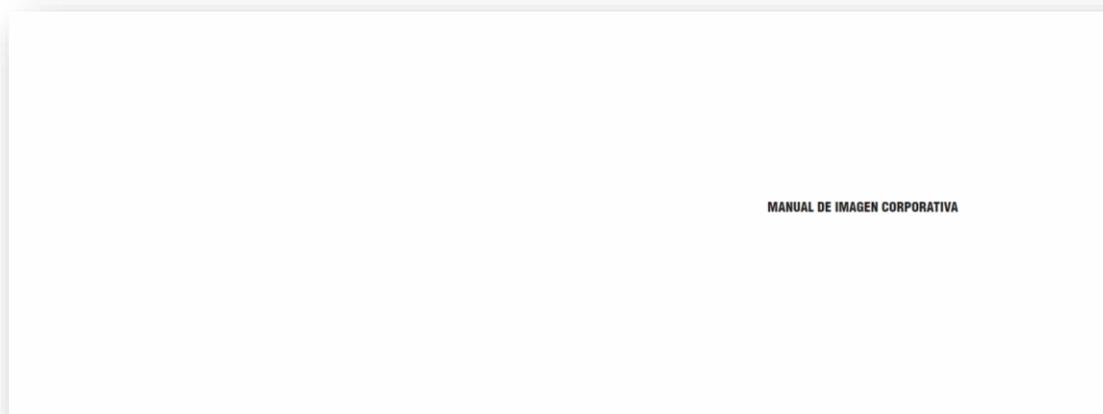
Las propuestas vistas anteriormente varían un poco en la tipografía pero para mayor legibilidad se eligió esta propuesta y se aplicó en un manual de imagen corporativa el cual cuenta de 68 páginas en las cuales se encontrarán criterios gráficos, papelería institucional, publicidad/publicaciones propias, artículos promocionales y señalética institucional.



*Figura No.16.- Digitalización de la imagen en el software Ilustrador
Tipografía: Rio Glamour personal use
Fuente: Cristina Moreno*



*Figura No.17.- Portada y contraportada del manual de imagen corporativa
Fuente: Cristina Moreno*



*Figura No.18.- Presentación inicial del manual de imagen corporativa
Fuente: Cristina Moreno*

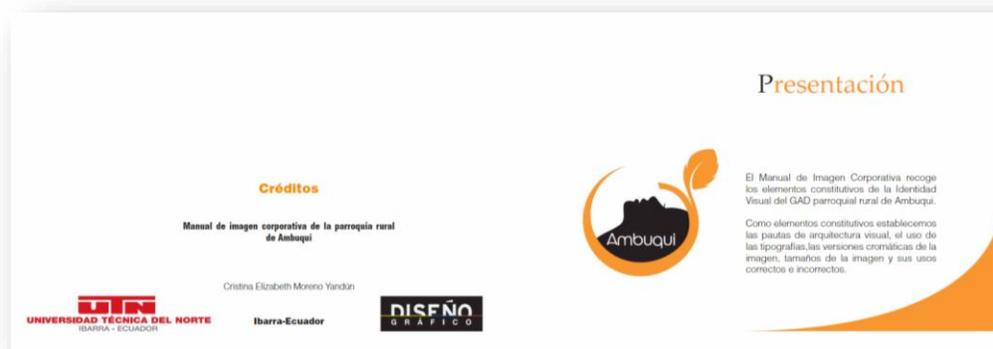


Figura No.19.- Créditos y presentación del manual de imagen corporativa
Fuente: Cristina Moreno



Figura No.20.- Contenidos del manual de imagen corporativa
Fuente: Cristina Moreno

En cada uno de los ítems de contenidos se encontrará:

- **Criterios gráficos.-** Se encontrará terminología la cual contiene la definición de imagotipo y que elementos se utilizó para construir el imagotipo y la tipografía, además se encuentran: versiones cromáticas, colores corporativos, arquitectura visual, tamaño mínimo, áreas autónomas, restricciones de uso, uso sobre fondos, cortes de identidad y tipografías.

- **Papelería institucional:** Contendrá la papelería de uso corporativo con su respectivo formato, tipo de impresión, tamaño, material, tipo de letra e interlineado, para los diferentes materiales institucionales como son: hojas membretadas, sobres para oficio, sobres para cd o dvd, cd, credenciales para servidores.
- **Publicidad/ publicaciones propias:** Como parte de publicaciones propias es la revista que posteriormente se encuentra detallada y además plantillas Power Point.
- **Artículos promocionales:** Los artículos promocionales son útiles o decorativos artículos que se utilizan en programas de marketing y comunicación, entre ellos se encuentran: esferos, camisetas, jarros, camisetas, gorras, auto gubernamental y roll up, los mismos que contendrán la imagen corporativa.
- **Señalética institucional:** Está será utilizada para facilitar el acceso a los diferentes departamentos como: Entrada principal, presidencia, secretaría y tesorería entre otros.

Posterior a ello se realizó una revista con el fin de promocionar las actividades sociales, culturales y económicas, debido a la desinformación por parte de los pobladores, la revista trimestral, en formato A4, por lo que se ha propuesto una que se encuentra detallada a continuación.



*Figura No.21.- Portada y contraportada de la revista El Ambuco
Fuente: Cristina Moreno*

Comité Administrativo Interno

- Adriano Cárdenas**
Presidente del GAD Parroquial
- José Maldonado**
Vicepresidente del GAD Parroquial
- Fior Castro**
Secretaria-Tesera del GAD Parroquial
- Mery Congo**
Salud y medio ambiente del GAD Parroquial
- Franklin Chalá**
Cultura y deporte del GAD Parroquial

Logos: IBARRA (cerca de nuestra gente), Ecuador (arte la vida)

Valores: Comprensión, Liderazgo, Honestidad, Disciplina, Responsabilidad, Transparencia

Figura No.22.- Páginas internas de la revista El Ambuco (preliminares)
Fuente: Cristina Moreno

El Ambuco

IBARRA, ECUADOR
Número 01, Octubre 2017

Esta publicación se realizó con el apoyo del GAD Parroquial Rural de Ambuquí.

Dirección:
Tecnólogo Adriano Cárdenas
Presidente del GAD Parroquial de AMBUQUÍ.

Consejo Editorial:
Tecnólogo Adriano Cárdenas
Presidente GAD Parroquial de AMBUQUÍ

Sr Franklin Chalá,
Cultura y deporte GAD Parroquial de AMBUQUÍ.

Edición:
Consultor Andrade

Redacción e investigación:
Consultor Andrade
Cristina Moreno

Idea Creativa:
Cristina Moreno

Diseño y Diagramación:
Cristina Moreno

Fotografías:
Prefectura de Imbabura
GAD Parroquial Rural de Ambuquí
Diano El Noma
Jonathan Tamayo

Impresión:
Imprenta MAC/IBOH

Las noticias publicadas en esta revista son de exclusiva responsabilidad de sus autores. Los textos contenidos en esta revista pueden ser reproducidos citando la fuente. Las imágenes están protegidas por derecho de autor.

Contenidos

- 8 BOCADOS DE SOCIEDAD**
Apoyo a los **Adultos Mayores** de la parroquia de Ambuquí y sus comunidades: Chato, Copeña y el Juncal
- 16 SOMOS DEL MISMO BARRIO**
Festividades de la parroquia y sus comunidades
- 28 NOTICIAS**
Compuestas de Salud para Ambuquí
- 34 SABERES ANCESTRALES**
La tradición del **oro**
- 40 CLASIFICADOS**
Fomentando el comercio

Logos: IBARRA, Ecuador, Agneciales Raúl Benavides

Figura No.23.- Páginas internas de la revista El Ambuco (créditos y contenidos)
Fuente: Cristina Moreno

Fuente: Cristina Moreno

BOCADOS DE SOCIEDAD

Proclamación de abanderados, escoltas en la Unidad Educativa Valle del Chota

El pasado 28 de septiembre a las 9:00 las estudiantes de 5to. de Bachillerato participaron en la Proclamación y juramentación de los abanderados y escoltas de la Unidad Educativa Valle del Chota. El acto se realizó en la explanada de la institución educativa, donde se dio lectura a la Ley de la Bandera Nacional y se juramentó a los abanderados y escoltas. El acto estuvo encabezado por el Director de la Unidad Educativa Valle del Chota, Sr. Carlos Sánchez, quien les entregó a los abanderados y escoltas sus respectivos uniformes y les hizo entrega de la bandera nacional. Los abanderados y escoltas son: **Abanderado:** Juan Carlos Sánchez, **Escolta:** María Fernanda Sánchez.

La proclamación de abanderados es una de las ceremonias más importantes que se realizan en la institución educativa. Este acto se realiza anualmente y es un momento muy importante para los estudiantes, ya que es el momento en el que se les entrega a los abanderados y escoltas sus respectivos uniformes y se les hace entrega de la bandera nacional. Los abanderados y escoltas son los representantes de la institución educativa y son los encargados de custodiar y llevar la bandera nacional en los actos oficiales.

Socialización del plan toda una vida en la parroquia rural de Ambuquí

El Plan Toda una Vida, fue socializado a la población de Ambuquí por parte del equipo de trabajo del Centro de Desarrollo y Promoción (CDEP) de Ambuquí. La socialización se realizó en la parroquia rural de Ambuquí, donde se entregó a la población el plan de desarrollo humano y se les explicó los beneficios que se obtendrán con la implementación del plan. El plan de desarrollo humano es un instrumento de planificación que tiene como objetivo mejorar la calidad de vida de la población y promover el desarrollo humano integral. El plan de desarrollo humano se compone de varios ejes de desarrollo, como lo son: el eje de desarrollo humano, el eje de desarrollo económico, el eje de desarrollo social, el eje de desarrollo ambiental y el eje de desarrollo cultural. El plan de desarrollo humano es un instrumento de planificación que tiene como objetivo mejorar la calidad de vida de la población y promover el desarrollo humano integral.

Bono de desarrollo humano

El Gobierno Provincial de Cotacachi-Cajamarca, a través de la Unidad Educativa Valle del Chota, entregó a los estudiantes de 5to. de Bachillerato un bono de desarrollo humano. Este bono tiene como objetivo mejorar la calidad de vida de los estudiantes y promover el desarrollo humano integral. El bono de desarrollo humano se compone de varios ejes de desarrollo, como lo son: el eje de desarrollo humano, el eje de desarrollo económico, el eje de desarrollo social, el eje de desarrollo ambiental y el eje de desarrollo cultural. El bono de desarrollo humano es un instrumento de planificación que tiene como objetivo mejorar la calidad de vida de los estudiantes y promover el desarrollo humano integral.

Programa mis mejores años

El programa Mis Mejores Años es un programa de desarrollo humano que tiene como objetivo mejorar la calidad de vida de los estudiantes y promover el desarrollo humano integral. El programa Mis Mejores Años se compone de varios ejes de desarrollo, como lo son: el eje de desarrollo humano, el eje de desarrollo económico, el eje de desarrollo social, el eje de desarrollo ambiental y el eje de desarrollo cultural. El programa Mis Mejores Años es un instrumento de planificación que tiene como objetivo mejorar la calidad de vida de los estudiantes y promover el desarrollo humano integral.

Figura No.27.- Sección BOCADOS DE SOCIEDAD Fuente: Cristina Moreno

BOCADOS DE SOCIEDAD

Colonias vacacionales del Buen Vivir relacionados con las TIC

La Secretaría de Coordinación Territorial y Participación Ciudadana, a través de la Unidad Educativa Valle del Chota, entregó a los estudiantes de 5to. de Bachillerato un bono de desarrollo humano. Este bono tiene como objetivo mejorar la calidad de vida de los estudiantes y promover el desarrollo humano integral. El bono de desarrollo humano se compone de varios ejes de desarrollo, como lo son: el eje de desarrollo humano, el eje de desarrollo económico, el eje de desarrollo social, el eje de desarrollo ambiental y el eje de desarrollo cultural. El bono de desarrollo humano es un instrumento de planificación que tiene como objetivo mejorar la calidad de vida de los estudiantes y promover el desarrollo humano integral.

Logros de las colonias vacacionales

El objetivo de estas colonias es brindar a niñas y adolescentes de las zonas rurales de la parroquia de Ambuquí, un espacio de formación y desarrollo humano integral. Las colonias vacacionales se componen de varios ejes de desarrollo, como lo son: el eje de desarrollo humano, el eje de desarrollo económico, el eje de desarrollo social, el eje de desarrollo ambiental y el eje de desarrollo cultural. Las colonias vacacionales son un instrumento de planificación que tiene como objetivo mejorar la calidad de vida de los estudiantes y promover el desarrollo humano integral.

COMO ACCEDER ?

1. Inscribirse en el programa de colonias vacacionales del Buen Vivir.
2. Presentar un documento de inscripción.
3. Esperar a ser seleccionado para participar en la colonia vacacional.

Infocentro AMBUQUI
CONECTADO CON MI PAÍS - CONECTADO CON MI GENERACIÓN

- Internet gratis
- Capacitaciones
- Servicios en línea
- Emprendimientos

Figura No.28.- Sección BOCADOS DE SOCIEDAD Fuente: Cristina Moreno

COMUNO DEL MOMO BARRO

Ambuquí festejo sus fiestas tradicionales del ovo 2017

El pasado sábado 11 de marzo se realizó en la parroquia de Ambuquí la celebración de las fiestas tradicionales del ovo 2017. El acto se realizó en la explanada de la institución educativa, donde se dio lectura a la Ley de la Bandera Nacional y se juramentó a los abanderados y escoltas. El acto estuvo encabezado por el Director de la Unidad Educativa Valle del Chota, Sr. Carlos Sánchez, quien les entregó a los abanderados y escoltas sus respectivos uniformes y les hizo entrega de la bandera nacional. Los abanderados y escoltas son: **Abanderado:** Juan Carlos Sánchez, **Escolta:** María Fernanda Sánchez.

La proclamación de abanderados es una de las ceremonias más importantes que se realizan en la institución educativa. Este acto se realiza anualmente y es un momento muy importante para los estudiantes, ya que es el momento en el que se les entrega a los abanderados y escoltas sus respectivos uniformes y se les hace entrega de la bandera nacional. Los abanderados y escoltas son los representantes de la institución educativa y son los encargados de custodiar y llevar la bandera nacional en los actos oficiales.

Actividades realizadas por la parroquia de Ambuquí

- Programa de desarrollo humano en la parroquia de Ambuquí.
- Programa de desarrollo humano en la parroquia de Ambuquí.

Mario Belén Colimba Huertas
Reina del ovo 2017-2018

Figura No.32.- Sección SOMOS DEL MISMO BARRO (Tema central)
Fuente: Cristina Moreno



Figura No.33.- Sección SOMOS DEL MISMO BARRO
Fuente: Cristina Moreno



Figura No.34.- Sección No.3 NOTICIAS de la revista El Ambuco
Fuente: Cristina Moreno

SABERES ANCESTRALES

¿ Sabías qué ?

Entrevista a Saúl Hernández

El vino de ovo puede durar hasta 30 años en su envase



**Saúl Hernández - 72 años
Nativo de Ambuquí**

¿ Cómo es el cultivo y cosecha del ovo ?

Los ovos como una especie que tiene la planta producen 7 meses al año, mientras que los otros 5 (secancia), también conocido como tiempo de agostamiento se acaba la cosecha. El fin de esta madura, se amarra la hoja y cose, igualmente la planta está completamente seca, de la fuerza de la sequía sale la flor, luego sigue haciendo la bebida y de ahí sale el envase, esto dura unos 5 meses y posteriormente sigue la cosecha. La planta de ovo crece únicamente en la parroquia de Ambuquí, a nivel del norte del país, pero también también crece en la provincia de Sucre (Villacamba en Loja).

¿ Que productos son elaborados del ovo ?

Los productos que son los más vendidos: trago de ovo, canchero de ovo, mezcla de ovo y todo producto es elaborado auténticamente con jugo propio de ovo, es por eso que ya tiene una clientela grande a nivel del norte del país, la provincia de Imbabura.

Figura No.38.- Sección No.4 SABERES ANCESTRALES Entrevista a Saúl Hernández
Fuente: Cristina Moreno

SABERES ANCESTRALES

Leyenda de la princesa dormida de Puntasurco



En un momento de la historia de Ambuquí que hace más de quinientos años, cuando había un asentamiento del pueblo Camará, cuyo cacique era Ambuquí, se por ahí que vino el terrero de Ambuquí la parroquia, este fue cuando en un momento de los equis de la historia de su legado.

En un momento de la historia de Ambuquí que hace más de quinientos años, cuando había un asentamiento del pueblo Camará, cuyo cacique era Ambuquí, se por ahí que vino el terrero de Ambuquí la parroquia, este fue cuando en un momento de los equis de la historia de su legado.

En un momento de la historia de Ambuquí que hace más de quinientos años, cuando había un asentamiento del pueblo Camará, cuyo cacique era Ambuquí, se por ahí que vino el terrero de Ambuquí la parroquia, este fue cuando en un momento de los equis de la historia de su legado.

Monumentos del parque central "Cosecha de ovo"




Estos son los monumentos que se encuentran en el parque central de la parroquia rural de Ambuquí. Fueron creados en el año de 1987, cuando recién Ambuquí fue reconocido como parroquia independiente. Este monumento representa la cosecha del ovo, es por eso que cada día en el día de fiesta se celebra la fiesta del ovo.

Descripción

- Monumento de la mujer con la cosecha de ovo.
- Monumento del hombre con la cosecha de ovo.

Figura No.39.- Sección No.4 SABERES ANCESTRALES
Fuente: Cristina Moreno

CLAIFICADOS

<p>Avícola</p> <p>Cañitas de campo Ecuador Colombia Elaborado a medio fin de la granja de resaca.</p>	<p>Carnes de porcinos Lechita Ajala Elaborado en la tienda regional del parque principal.</p>	<p>Vino de ganado Charrón Yagupi Elaborado diagonal a la hacienda San Yagupi.</p>
<p>Trépan Luzmila Cárdenas Elaborado en el barrio de San Juan de los ríos del parque principal.</p>	<p>Porcinos Lechita Ajala Elaborado en el barrio de San Juan de los ríos del parque principal.</p>	<p>Vino de ganado San Colón Elaborado frente al barrio de San Juan de los ríos.</p>
<p>Agropecuario Marta Banchito Elaborado a 3 cuerdas del parque principal.</p>	<p>Maíz Marta Banchito Es el parque principal los días martes y viernes.</p>	<p>Ovos Penny González Calle Anita Banchito dentro del parque principal.</p>
<p>Limonas Carmen Torres Elaborado a 4 cuerdas del parque principal.</p>	<p>Quesadilla Bartolomé Flores Elaborado a 3 cuerdas del parque principal.</p>	<p>Del mercado Marta Banchito Es el parque principal los días martes y viernes.</p>

Figura No.40.- Sección No.5 CLASIFICADOS
Fuente: Cristina Moreno

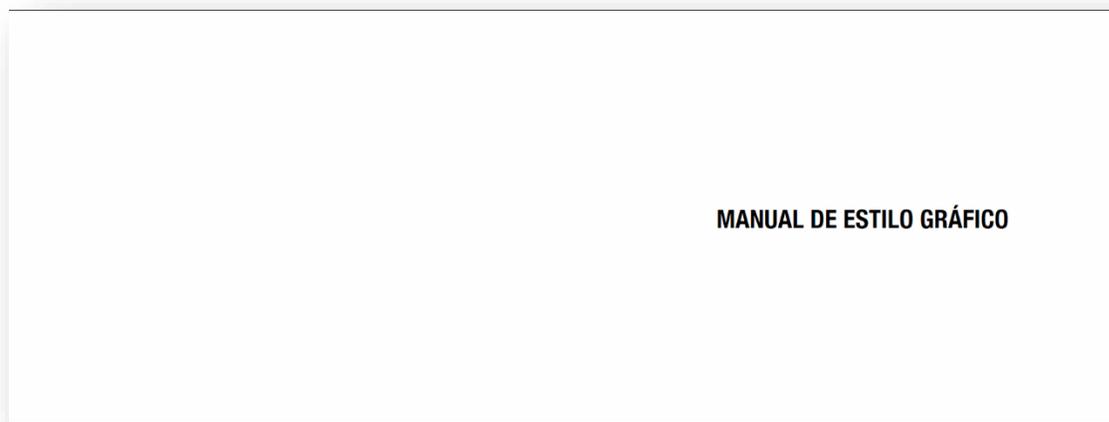


Figura No.41.- Reversa de la contraportada (Publicidades)
Fuente: Cristina Moreno

Después de haber terminado la revista, se realizó un manual de estilo gráfico de la revista el cual comprende criterios gráficos como son: áreas autónomas de la imagen, tipografía, cromática y también una sección de normas de estilo en la cual se indica el tipo de retícula que se utilizó para lograr el producto final que fue la revista.



Figura No.42.- Portada y contraportada del manual de estilo gráfico de la revista El Ambuco.
Fuente: Cristina Moreno



*Figura No.43.- Presentación del manual de estilo gráfico de la revista El Ambuco.
Fuente: Cristina Moreno*



*Figura No.44.- Créditos y presentación del manual de estilo gráfico de la revista El Ambuco.
Fuente: Cristina Moreno*

Contenidos	
1. CRITERIOS GRÁFICOS	9
2. NORMAS DE ESTILO	23

Figura No.45.- Contenidos del manual de estilo gráfico de la revista El Ambuco.

Fuente: Cristina Moreno

En cada uno de los ítems de contenidos se encontrará:

- **Criterios gráficos:** En los criterios gráficos se encontrara conceptos como imagen visual, versiones cromáticas, colores corporativos, tamaños, áreas autónomas y uso sobre fondos.
- **Normas de estilo:** En las normas de estilo se detalla el formato que tendrá la revista, el tipo de retícula que se utilizará así como su tipografía y las posibles sugerencias para la próxima edición de la revista en cuanto a las secciones.

4.7.Impactos

4.7.1. Impacto social

El impacto social que va a tener la revista digital es muy importante para que los pobladores se van informar acerca de las actividades sociales que realiza el GAD, y además se dará a conocer a nivel nacional, provincial y parroquial. Lo cual es muy importante para que conozcan acerca de

la parroquia, generando alianzas con las otras parroquias rurales y de esta manera llegar a su difusión.

4.7.2. Impacto cultural

El impacto cultural estará basado en lo que realizan la misma población y el GAD lo cual se encontrará en la revista digital, debido a que de esta manera los pobladores se informarán acerca de las actividades culturales que realiza el GAD. No solo informar sino concientizar para generar un empoderamiento de la parroquia y sus diferentes costumbres, tradiciones, culturas, etc.

4.7.3. Impacto económico

El impacto económico que va a tener la revista digital es muy importante para que los pobladores debido a que existirá un espacio de clasificados, los cuales ayudaran a mejorar el aspecto económico. Además, como es digital no tendrá costo en su publicación.

4.7.4. Impacto tecnológico

El impacto tecnológico que va a tener la revista digital es muy importante debido a que podrán visualizar el trabajo social, cultural y económico a través de sitios web como la página web, y redes sociales, de esta manera se debe buscar medios para educar a los pobladores.

4.8. Difusión

La presente investigación y propuesta fue socializada a las autoridades del GAD Parroquial rural de Ambuqui y pobladores de la misma, para dar a conocer la importancia de una adecuada

utilización de las diapositivas y también de la revista digital, la cual será difundida a través de sitios web y redes sociales.

4.9. Conclusiones

- Se considera que de la mayoría de moradores encuestados mencionan que el GAD parroquial rural de Ambuqui, en su gestión actual es buena.
- El GAD informa a veces de las actividades, esto lo mencionan la mayoría de encuestados.
- La mayoría de los moradores de la parroquia, informan que de las actividades del GAD se realizan o informan a través de reuniones.
- Se considera que de la mayoría de moradores encuestados mencionan que el GAD parroquial rural de Ambuqui, no informa, y los moradores desconocen acerca de gestión social, cultural y económica.
- Según los encuestados consideran que si es necesario socializar las actividades mediante una revista.
- La imagen corporativa creada engloba elementos propios del sector para que los propios moradores logren identificarse con facilidad.
- La revista informativa servirá para informar a la ciudadanía para de esta manera combatir la desinformación de las actividades que realiza el GAD parroquial rural de Ambuqui.

4.10. Recomendaciones

- Se recomienda que el GAD informe de una manera más periódica para que sus actividades sean consideradas muy buenas.
- Se recomienda que el GAD comunique más seguido de las actividades que realizan para que los moradores se informen y se evite el desconocimiento parcial o total de las actividades que realiza el GAD parroquial.
- Se recomienda que el GAD siga informando a través de reuniones, pero a su vez realicen capacitación a los ámbitos tecnológicos.
- Se recomienda que el GAD parroquial, socialice las actividades a través de la revista denominada “El Ambuco”, acerca de las actividades sociales, culturales y económicas, trimestralmente.
- Se recomienda la difusión de la revista en los diferentes medios digitales del GAD y a su vez realizar convenio con los demás GADS parroquiales a nivel de la provincia o a su vez del país.
- Se recomienda el buen uso del manual de imagen corporativa y del manual de estilo gráfico de la revista “El Ambuco”, para que tenga mejor posicionamiento y de esta manera ser reconocida entre los moradores de la parroquia y la sociedad en general.

4.11. **Contestación a las preguntas de investigación**

Pregunta de investigación No.1

- **¿Cuáles son las bases técnicas y científicas relacionadas al diseño y promoción de la gestión social, cultural y económica de los gobiernos autónomos descentralizados mediante la construcción de un marco teórico?**

Las bases técnicas, son que se siguió el formato de la Universidad Técnica del Norte que utilizan para los trabajos de grado, el cual fue sustentado con información bibliografía tanto primaria como secundaria y posteriormente se realizó un FODA de la localidad, tomando en cuenta que una de las principales fortalezas que tiene la parroquia son sus fortalezas, una de ellas es el clima, debido a que gracias al clima cálido seco producen diferentes productos fructíferos, es por ello que se decidió poner en la revista El Ambuco una sección de clasificados, para de esta manera ayudar a mejorar la economía de la parroquia. También se realizó un manual de imagen corporativa y un manual de estilo gráfico de la revista, los cuales permitirán establecer reglas de uso así como el tipo de tipografía y las diferentes versiones cromáticas.

Pregunta de investigación No.2

- **¿Es necesario realizar un diagnóstico técnico en la población del GAD de la parroquia rural de Ambuqui, que permita conocer la realidad y percepción de la promoción de la gestión social, cultural y económica?**

Si, se realizó un diagnóstico técnico donde se tuvo como informantes directos a los miembros del GAD Parroquial y los pobladores, para lo cual se utilizó una técnica investigativa como es la encuesta para mediante la misma alcanzar un diagnóstico, en el

que se logró conocer acerca de la escasa promoción, falta de documentación, las necesidades de la población una de ellas fue informarse acerca de las actividades que realiza el GAD y las expectativas que tienen a un futuro, es estar bien informados, luego de conocer acerca de las expectativas se buscó una solución que es mediante una revista informativa informar a los pobladores acerca de los aspectos sociales, culturales y económicos que realiza el GAD esta revista será trimestral.

Pregunta de investigación No.3

- **¿Cómo diseñar una revista digital y un manual de imagen corporativa como estrategia de promoción de la gestión social, cultural y económica que desarrolla el GAD rural de Ambuqui?**

Si, se debe realizar técnicamente mediante un software de la familia de Adobe, el software es Adobe InDesign, el cual está diseñado para realizar proyectos sencillos como puede ser un flyer a color, blanco y negro, con texto, imágenes etc, hasta creaciones más complejas tales como revistas, libros convencionales y electrónicos, periódicos entre otras muchas publicaciones.

Luego de haber analizado todos los resultados de la encuesta, en la pregunta No. 7 se evidenció que la mayoría de los moradores contestaron que están de acuerdo en que se realice una revista para ser exactos el 78% está de acuerdo, el fin de esta revista es mantener a la ciudadanía informada de manera que no exista desconocimiento acerca de las actividades que realiza el GAD, y mejorar la economía.

4.12. Glosario de términos en orden alfabético (a-z)

- **Adjudicar.**-Declarar que determinada cosa corresponde a una persona o conferírsela en satisfacción de un derecho.
- **Armonía.**-Equilibrio, proporción y correspondencia adecuada entre las diferentes cosas de un conjunto.
- **Brochure.**-Brochure es toda aquella folletería que sea propia de una compañía y que la represente.
- **Captación.**-La captación es el efecto de captar, del latín “capio”, que significa capturar. Por lo tanto la captación importa capturar, tomar algo ajeno para hacerlo propio o simplemente para conocerlo, estudiarlo, cuidarnos de sus efectos, etcétera, ya sean cosas materiales, imágenes o ideas.
- **Cromática.**- Cromatismo y cromático puede referirse a: ▪ En óptica y artes plásticas, a lo relativo al color.
- **Diagramación.**- Distribución proporcional de los espacio de texto.
- **Estética.**- Disciplina filosófica que estudia las condiciones de lo bello en el arte y en la naturaleza.
- **Fascículos.**- Cada una de las partes de un libro que se publican periódicamente, generalmente en forma de cuaderno impreso.
- **Ilusorio.**- Que es irreal o ficticio y solamente existe en la imaginación.
- **Innatas.**- Que no es aprendido y pertenece a la naturaleza de un ser desde su origen o nacimiento.

- **Interrelación.-** Correspondencia o relación mutua entre personas o cosas.
- **Jpg .-** Joint Photographic Experts Group, es un algoritmo diseñado para comprimir imágenes con 24 bits de profundidad o en escala de grises.
- **Machote.-** Bocetos que identifican el producto final antes de entrar en impresión.
- **Metalingüística.-** Estudio de las relaciones entre la lengua y la cultura de una sociedad determinada.
- **Multiétnica.-** Que comprende o tiene características de diversas etnias.
- **Pautas.-** Norma o modelo que sirve de guía para hacer algo.
- **Prominente.-** Que se eleva, se levanta o sobresale en relación con lo que está alrededor.
- **Psd.-** El PSD es un formato nativo de photoshop y permite guardar todas las presentaciones, retoques, nuevas creaciones realizadas con este programa. Guarda los archivos con 48 bits de color y permite almacenar todas las capas, canales etc. que exista en el archivo de imagen.
- **Sensorial.-** De los sentidos corporales o relacionado con ellos.
- **Subconscientemente.-** Alude a un antiguo término utilizado en psicología y en psicoanálisis para referirse a lo inconsciente, a lo débilmente consciente o a lo que, por encontrarse «por debajo del umbral de la conciencia», resulta difícilmente alcanzable por esta o definitivamente inaccesible.
- **Target.-** Objetivo, persona o cosa a la que se dirige una acción.
- **Tiff.-** Tagged Image File Format, es un formato de archivo informático para almacenar imágenes de mapa de bits. Es prevalente en la industria gráfica y en la fotografía profesional por su versatilidad y compresión no destructiva.

4.13. Bibliografía

Alan, S. (2008). *Bases del Diseño Gráfico* .

AME, A. d. (8 de Mayo de 2017). *AME Asociacion de Municipalidades del Ecuador*. Obtenido de http://ame.gob.ec/ame/index.php/component/phocadownload/category/INTERNAC,LEY_DE_MIGRACION-_CODIFICACION,CDF,6,RO,563,12,4,2005,0,6#

Burnett, J. (1996). *Promoción conceptos y estrategias*.

Calderón, F. (25 de Diciembre de 2016). Obtenido de <https://es.slideshare.net/Fabo7/ambuqui>

Camacho Cuellar, J. (s/f). *Curso de Diseño Gráfico I*. Bogota, Colombia.

Campos, C. (2008). *Retículas Soluciones creativas para el diseñador grafico*. Barcelona: Gustavo Gili, SL.

Cárdenas, A. (4 de Abril de 2017). Promocion de gestion social,cultural y economica del GAD parroquial de Ambuqui. (C. Moreno, Entrevistador)

Cardona Jaramillo, O. E. (Julio de 2007). *Diseño, comunicación visual y publicidad. Conceptos generales: el entorno visual, la estética y función*. Obtenido de ACTAS DE DISEÑO-PUBLICACIONESDC: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=11&id_articulo=5484

Concalves, V. (Noviembre de 2007). Diseño de un prpuesta de un sitio web para mejorar los servicios de la agencias de comunicaciones corporativas "tips images y comunicación C.A". Caracas, Venezuela: Repositorio Universidad Nueva Esparta.

Criollo,Paola. (2012). *“DISEÑO Y CREACIÓN DE UNA REVISTA TURISTICA PARA MEJORAR*.

Erazo, A. (s.f.).

Espadas, T. A. (s.f.). Asociacionismo, Participación Ciudadana y Políticas Locales. *Alternativas*, 119-146.

- Frascara, J. (s.f.). *Diseño Gráfico para la Gente, comunicaciones de masa y cambio*.
- Frascara, J. (2000). *Diseño gráfico y comunicación*. Buenos Aires.
- GAD Parroquial rural de Ambuqui. (25 de Marzo de 2017). Obtenido de <http://www.ambuqui.gob.ec/>
- Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra. (s.f.).
https://es.wikipedia.org/wiki/Cant%C3%B3n_Ibarra. (s.f.).
- Joan, C. (1993(reimp.2009)). *Identidad corporativa*. Trillas.
- Larrea, M. V. (2011). *Imbabura un edén*.
- Leonor, A. (2001). *Diseño teorías y enfoques críticos*. pág. 49.
- López, M. (17 de Diciembre de 2015). *CEVAGRAF SCCL*. Obtenido de <http://www.cevagraf.coop/posts/reticula-modular-maquetar-indesign/>
- Luigi, M. .. (25 de Enero de 2014). *Diseño de Revistas: Todo lo que debes saber*. Obtenido de <http://www.staffcreativa.pe/blog/disen-revistas/>
- Marín, F. (29 de Septiembre de 2014). *Diseño editorial: Tipos de sistemas reticulares*. Obtenido de <https://www.creativosonline.org/blog/disen-editorial-tipos-de-sistemas-reticulares.html>
- Müller, J. (2015). *Sistemas de Reticulas*. Gustavo Gili,SL.
- Munari, B. (2005). *Diseño y Comunicación Visual*. Barcelona: Gustavo Gilli.
- Quintana, S. (18 de Febrero de 2016). *Diseño y comunicación en Barcelona*. Obtenido de <http://saraquintana.com/disen-reticula-maquetar/>
- Redaccion. (2 de Junio de 2015). *La prensa escrita se muere y agoniza: La publicidad ya no les da para vivir*. Obtenido de <http://www.puromarketing.com/48/24815/prensa-escrita-muere-agoniza-publicidad-les-para-vivir.html>
- Rivera, J. (2002). *La promoción de ventas-Variable clave del marketing*. Madrid: ESIC.
- Rucían Carla. (s.f.). *3D ISSUE*. Obtenido de <https://www.3dissue.com/es/ventajas-revistas-digitales/>
- Sotomayor, E. (2015).
- Tena Parera, D. (2005). *Diseño gráfico y comunicación*.
- Wong, W. (2002). *Fundamentos del diseño*. Bracelona : Gustavo Gii.
- Zappaterra, Y. (2008). *Diseño editorial Periodicos y revistas*. Gustavo Gili,SL.

ANEXOS

Anexo No.1
Árbol de problemas

ÁRBOL DE PROBLEMAS

EFECTOS

Ciudadanía
desinformada

La ciudadanía no se
empodera del GAD
parroquial

Políticamente la
ciudadanía no los elige

PROBLEMA

Escasa promoción social, cultural y
económica del GAD parroquial de
Ambuqui

CAUSAS

Falta de personal
tecnico en la
especialidad de Diseño
Gráfico

Falta de apoyo externo

Falta de recursos
económicos

Matriz de coherencia

EL PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL
<p>La escasa promoción de la gestión social, cultural y económica del GAD parroquial rural de Ambuqui.</p>	<p>Informar acerca de la gestión social, cultural y económica que el GAD de la parroquia rural de Ambuqui, del Cantón Ibarra de la provincia de Imbabura, desarrolla mediante el diseño de estrategias de promoción.</p>
INTERROGANTES DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
<p>¿Cuáles son las bases técnicas y científicas relacionadas al diseño y promoción de la gestión social, cultural y económica de los gobiernos autónomos descentralizados mediante la construcción de un marco teórico?</p> <p>¿Es necesario realizar un diagnóstico técnico en la población del GAD de la parroquia rural de Ambuqui, que permita conocer la realidad y percepción de la promoción de la gestión social, cultural y económica?</p> <p>¿Cómo diseñar una revista digital y un manual de imagen corporativa como estrategia de promoción de la gestión social, cultural y económica que desarrolla el GAD rural de Ambuqui?</p>	<p>Sentar bases técnicas y científicas relacionadas al diseño y promoción de la gestión social, cultural y económica de los GADS gobiernos autónomos descentralizados mediante la construcción de un marco teórico.</p> <p>Realizar un diagnóstico técnico con la población del GAD de la parroquia rural de Ambuqui, que permita conocer la realidad y percepción de la promoción de la gestión social, cultural y económica.</p> <p>Diseñar una revista digital y un manual de imagen corporativa, como estrategia de promoción de la gestión social, cultural y económica que desarrolla el GAD rural de Ambuqui.</p>

Anexo No.3
Matriz categorial

Concepto	Variables	Dimensiones	Indicadores
En términos generales, la promoción sirve para que un potencial cliente o empresa adquiera o compre un producto.	Promoción de la gestión social, cultural y económica de los GAD	Gestión social	Danza
			Música
			Gastronomía
			Deportes
		Gestión cultural	Arte
			Saberes
			Tradición
			Experiencias
		Gestión económica	Forma de ser
			Ingresos
			Rendición de cuentas
			Presupuesto
Una revista digital es una secuencia de contenidos que tratan sobre un mismo tema y que son publicados digitalmente en una interfaz lógica y en un flujo UX (Experiencia de usuario), capaz de permitir que el usuario interactúe y se interconecte con redes sociales.	Revista digital y un manual de imagen corporativa	Elementos de la gestión social, cultural y económica	Desarrollo sustentable
			Historia
			Ubicación
			Flora
			Plantas comerciales
			Tradiciones
			Lugares turísticos
			Gastronomía
			Hospedaje
		Elementos del manual de imagen corporativa	Clasificados
			Fotografías
			Criterios gráficos
			Papelería institucional
			Publicidad/ Publicaciones propias
			Artículos promocionales
			Señalética institucional

Anexo No.4
Matriz diagnóstica

Objetivos del diagnóstico	Variables del diagnóstico	Indicadores	Técnicas	Fuentes de Información
Sentar	Promoción de la gestión social, cultural y económica de los GAD	Danza Música Gastronomía Deportes Arte Saberes Tradición Experiencias Forma de ser Ingresos Rendición de cuentas Presupuesto Desarrollo sustentable	Encuesta Entrevista	Pobladores y presidente de la parroquia rural de Ambuqui
Diseñar	Revista digital y un manual de imagen corporativa	Historia Ubicación Flora Plantas comerciales Tradiciones Lugares turísticos Gastronomía Hospedaje Clasificados Fotografías Criterios gráficos Papelería institucional Publicidad/ Publicaciones propias Artículos promocionales	Observación	Pobladores y presidente de la parroquia rural de Ambuqui

		Señalética institucional		
--	--	-----------------------------	--	--

Anexo No.5
Encuesta



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA
CARRERA DE DISEÑO GRAFICO

ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE LA PARROQUIA RURAL DE AMBUQUI

- Lea detenidamente cada pregunta antes de contestarla.
- Marque con una sola x en el paréntesis según corresponda la respuesta.
- La encuesta es anónima para garantizar la confidencialidad de la información

DATOS INFORMATIVOS:

Género	Masculino	Femenino	Otro

Cuestionario:

1. ¿Cómo considera las actividades sociales que realiza el GAD actual?

Muy buena	Buena	Regular	Mala

2. ¿Cómo considera las actividades culturales que realiza el GAD actual?

Muy buena	Buena	Regular	Mala

3. ¿Cómo considera las actividades económicas que realiza el GAD actual?

Muy buena	Buena	Regular	Mala

4. ¿Ha colaborado usted con el GAD en actividades sociales?

Sí	No

5. ¿Ha colaborado usted con el GAD en actividades culturales?

Sí	No

6. ¿Ha colaborado usted con el GAD en actividades económicas?

Sí	No

7. ¿Considera importante que el GAD socialice sus actividades mediante?

Revista	Sí	No	Otros

8. ¿Considera que la actual administración del GAD informa periódicamente sus actividades?

Permanente	A veces	Nunca

*Si usted respondió las dos primeras alternativas conteste las siguientes preguntas (5,6 y 7):

9. ¿Por qué medios recibió la información?

Medios de información	Si	No
En una reunión		
Facebook		
Perifoneo		
Medios impresos		
Otros medios (indique)		

10. ¿Recibió información relacionado con lo social?

Sí	No

11. ¿Recibió información relacionado con lo cultural?

Sí	No

12. ¿Recibió información relacionado con lo económico?

Sí	No

13. ¿La información recibida considera que fue?

Muy buena	Buena	Regular	Mala

Anexo No.6
Entrevista



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

Entrevista realizada al presidente del GAD de la parroquia rural de Ambuqui del cantón Ibarra de la provincia de Imbabura: Tnlogo. Adriano Cárdenas.

- 1. ¿Cuánto tiempo está en su cargo de presidente?**
- 2. ¿Cuál es la principal fuente de información para los moradores de la parroquia?**
- 3. ¿Cuenta usted con el apoyo del municipio para la promoción de la parroquia?**
- 4. ¿De qué manera promociona la parte cultural de la parroquia?**
- 5. ¿Dentro de su equipo de trabajo existe una persona a quien se le asigne a tarea de realizar la promoción de la gestión social, cultural y económica del GAD?**
- 6. ¿En cuanto al presupuesto que se le asigna, cuanto dispone para la promoción de la gestión social cultural y económica del GAD?**
- 7. ¿En qué medida considera usted importante informar a la comunidad de su parroquia lo que se realiza en el ámbito social cultural y económico?**
- 8. ¿Desearía usted que se desarrolle de una revista digital, en cual se evidencie lo que se ha realizado en su gestión?**

9. ¿Qué le gustaría como parte extra informar dentro de la revista digital?
10. ¿Cuáles son los platos gastronómicos de Ambuqui?
11. ¿De qué manera se realizan las reuniones en el GAD, que materiales utiliza, con qué medios informa?
12. ¿Cuáles son los mayores atractivos de la parroquia?
13. ¿A que se dedican la mayoría de moradores de la parroquia?
14. ¿Tal vez sabe ud. cuál es el nivel de estudio de los moradores de la parroquia rural?

Anexo No.7

Fichas de observación

FICHA DE OBSERVACIÓN

Nombre del observador: Cristina Elizabeth Moreno Yandún.

Fecha: 17 de octubre 2016

Hora: 09:00am

Lugar: Parroquia de Ambuqui

Recurso: Libreta de apuntes-Hoja de observación

OBJETIVO.- conocer la parroquia rural de Ambuqui y el GAD Parroquial.

Hora	09:00am
Situación	Conocer la parroquia rural y socialización del proyecto de tesis.
Sujeto	GAD Parroquial rural de Ambuqui

OBSERVACIÓN

- El GAD Parroquial está ubicado frente al parque central, las personas son muy amables.
- Existe falta de señalética en el GAD Parroquial.

CONCLUSIÓN

- El presidente del GAD Parroquial muy contento de que se le tomé en cuenta a la parroquia, para el proyecto planteado como es la creación de una imagen corporativa.

Firma de responsabilidad



.....

Cristina Moreno
C.I. 100372654-2

FICHA DE OBSERVACIÓN

Nombre del observador: Cristina Elizabeth Moreno Yandún.

Fecha: 24 de noviembre 2016

Hora: 09:00am

Lugar: Parroquia de Ambuqui

Recurso: Libreta de apuntes-Hoja de observación

OBJETIVO.- conocer la parroquia rural de Ambuqui y los atractivos turísticos que identifican a la misma.

Hora	09:00am
Situación	Conocer los atractivos turísticos de la parroquia
Sujeto	GAD Parroquial rural de Ambuqui

OBSERVACIÓN

- Desde el parque central, conjuntamente con el guardaparques se camino hacia la mujer dormida, la cual se encuentra a 1 hora de camino desde el parque central.
- Se conocio como es la figura de la mujer dormida posterior a ello se tomo fotografías.

CONCLUSIÓN

- El guardaparques de una manera muy amable realizo una explicación acerca de la mujer dormida, porque es que existe la leyenda.

Firma de responsabilidad



.....
Cristina Moreno
C.I. 100372654-2

FICHA DE OBSERVACIÓN

Nombre del observador: Cristina Elizabeth Moreno Yandún.

Fecha: 29 de noviembre 2016

Hora: 09:00am

Lugar: Parroquia de Ambuqui

Recurso: Libreta de apuntes-Hoja de observación

OBJETIVO.- conocer la parroquia rural de Ambuqui y sus plantaciones de ovo.

Hora	09:00am
Situación	Conocer la planta más tradicional que es el ovo.
Sujeto	GAD Parroquial rural de Ambuqui

OBSERVACIÓN

- La planta del ovo en el sentido figurativo y su forma ovalada que posee y que elaboran con la fruta en las diferentes casas de los moradores .
- Saúl Hernández explicó acerca de los beneficios de la planta de ovo y en donde nomás se cosecha.

CONCLUSIÓN

- El ovo es una planta deliciosa y es muy laboriosa para cosechar pero sus productos elaborados a base de ovo son muy deliciosos como los tradicionales helados.

Firma de responsabilidadA small rectangular box containing a handwritten signature in blue ink. The signature appears to be 'CRISTINA MORENO' written in a cursive style.

.....
Cristina Moreno
C.I. 100372654-2

FICHA DE OBSERVACIÓN

Nombre del observador: Cristina Elizabeth Moreno Yandún.

Fecha: 15 de febrero 2017

Hora: 09:00am

Lugar: Parroquia de Ambuqui

Recurso: Libreta de apuntes-Hoja de observación

OBJETIVO.- conocer las comunidades de Ambuqui y aplicar la encuesta.

Hora	09:00am
Situación	Evidenciar el problema que tiene la parroquia mediante una encuesta que se aplicó a los moradores de la parroquia.
Sujeto	GAD Parroquial rural de Ambuqui

OBSERVACIÓN

- Los moradores estaban desinformados de las actividades que realiza el GAD Parroquial rural de Ambuqui.
- Los encuestados de las comunidades altas desconocen en su totalidad de las actividades sociales, culturales y económicas.

CONCLUSIÓN

- Para llegar a cubrir a todos los moradores se conoció todas las comunidades de Ambuqui, entre ellas Chaupi Guarangui que es una de las más alejadas de la parroquia.

Firma de responsabilidad



.....
Cristina Moreno
C.I. 100372654-2

FICHA DE OBSERVACIÓN

Nombre del observador: Cristina Elizabeth Moreno Yandún.

Fecha: 22 de marzo 2017

Hora: 09:00am

Lugar: Parroquia de Ambuqui- GAD Parroquial

Recurso: Libreta de apuntes-Hoja de observación- grabador de voz

OBJETIVO.- Entrevistar al presidente del GAD para conocer las costumbres, tradiciones y vivencias de la parroquia .

Hora	09:00am
Situación	Realizar entrevista al presidente del GAD parroquial.
Sujeto	GAD Parroquial rural de Ambuqui

OBSERVACIÓN

- El presidente del GAD pasa muy ocupado debido a que la mayoría de personas tienen un nivel muy bajo de educación.
- El presidente del GAD en su entrevista menciona atractivos y platos típicos.

CONCLUSIÓN

- El presidente del GAD Parroquial se encuentra muy a gusto de como se va ejecutando el proyecto.

Firma de responsabilidad



.....
Cristina Moreno
C.I. 100372654-2

FICHA DE OBSERVACIÓN

Nombre del observador: Cristina Elizabeth Moreno Yandún.

Fecha: 20 de abril 2017

Hora: 09:00am

Lugar: Parroquia de Ambuqui

Recurso: Libreta de apuntes-Hoja de observación

OBJETIVO.- Recolección fotográfica

Hora	09:00am
Situación	Recolectar fotografías de las plantas y conocer el infocentro
Sujeto	GAD Parroquial rural de Ambuqui

OBSERVACIÓN

- El infocentro realiza actividades y brinda información talleres gratuitos a la comunidad.
- El clima es muy cálido es por ello que hasta café se da en la parroquia.

CONCLUSIÓN

- El infocentro se preocupa por el beneficio de la comunidad realizando talleres educativos para niños, jóvenes.

Firma de responsabilidad

.....
Cristina Moreno
C.I. 100372654-2

Anexo No.8
Certificaciones



**GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
PARROQUIAL RURAL DE AMBUQUI-CHOTA**

AMBUQUI-IBARRA-ECUADOR

Ambuqui , 17 de Febrero del 2017

A petición verbal de la interesada, el Presidente del GAD Parroquial Rural

CERTIFICA

Que la Srita. **CRISTINA ELIZABETH MORENO YANDÚN**, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad Técnica del Norte, realizo en esta parroquia la encuesta dirigida a los moradores de la parroquia y la entrevista dirigida al presidente del GAD Parroquial Rural, para la recolección de datos para su trabajo de grado.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, la interesada esta facultada para hacer uso de este documento.

Atentamente;

Tnlogo. Adriano Cárdenas
PRESIDENTE DEL GAD PARROQUIAL



Teléfono: 062 698 159; Email: gadprambuquichota@yahoo.com

Calle García Moreno s/n entre Velasco Ibarra y Eugenio Espejo



GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE AMBUQUI-CHOTA

AMBUQUI-IBARRA-ECUADOR

Ambuqui , 16 de Agosto del 2017

El Presidente del GAD Parroquial Rural de Ambuqui-Chota

CERTIFICA

Que la Srita. **CRISTINA ELIZABETH MORENO YANDÚN**, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad Técnica del Norte, realizo la socialización de la revista y del manual de identidad corporativa al personal del GAD Parroquial Rural de Ambuqui-Chota, de acuerdo a la investigación realizada con nuestros moradores de la parroquia durante el periodo Sept 2016- Agos 2017, documento previo a la obtencion del titulo de la mencionada estudiante.

Atentamente;



Tnlogo Adriano Cárdenas
PRESIDENTE DEL GAD PARROQUIAL

Teléfono: 062 698 159; Email: gadprambuquichota@yahoo.com

Calle García Moreno s/n entre Velasco Ibarra y Eugenio Espejo

Anexo No.9
Fotografías



Foto No.1
Socialización del proyecto con el presidente del GAD Parroquial de Ambuqui con el presidente de la parroquia Sr. Adriano Cardenas



Foto No.2
Aplicación de la encuesta a los moradores de la parroquia



Foto No.3
Aplicación de la encuesta a los moradores de la parroquia



Foto No.4
Socialización de las propuestas para la imagen corporativa de la parroquia



Foto No.5
Socialización y aceptación de la propuesta para la imagen corporativa de la parroquia



Foto No.6
Socialización y aceptación de la propuesta aplicada en hojas membretadas



Foto No.7
Socialización de la propuesta a la población de Ambuqui



Foto No.8
Recolección de fotografías y entrevistas



Foto No.9
Recolección de fotografías



Foto No.10
Recolección de información



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100372654-2		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Moreno Yandún Cristina Elizabeth		
DIRECCIÓN:	Ibarra, Calle Macas 19-20 e Ibarra		
EMAIL:	crissmoreno1994@gmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062558195	TELÉFONO MÓVIL	0989517524

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“PROMOCIÓN DE LA GESTIÓN SOCIAL, CULTURAL Y ECONÓMICA DEL GAD DE LA PARROQUIA RURAL DE AMBUQUI DEL CANTÓN IBARRA DE LA PROVINCIA DE IMBABURA”.
AUTOR (ES):	Moreno Yandún Cristina Elizabeth
FECHA: AAAAMMDD	2017/11/10
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Título de Licenciada en Diseño Gráfico
ASESORA /DIRECTORA:	Mg. Ana Lucía Mediavilla

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo Moreno Yandún Cristina Elizabeth, con cédula de identidad Nro. 1003726542, en calidad de autora (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

La autora (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 10 días del mes de Noviembre de 2017

EL AUTOR:

A small rectangular box containing a handwritten signature in blue ink. The signature is written over three horizontal lines. The text of the signature is "CRISTINA MORENO YANDUN".

(Firma).....

Nombre: Moreno Yandún Cristina Elizabeth

C.C. 100372654-2



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Cristina Elizabeth Moreno Yandún, con cédula de identidad Nro. 100372654-2 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado titulado: **“PROMOCIÓN DE LA GESTIÓN SOCIAL, CULTURAL Y ECONÓMICA DEL GAD DE LA PARROQUIA RURAL DE AMBUQUI DEL CANTÓN IBARRA DE LA PROVINCIA DE IMBABURA”** que ha sido desarrollada para optar por el título de Licenciada en Diseño Gráfico en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, a los 10 días del mes de Noviembre de 2017

(Firma)

Nombre: Moreno Yandún Cristina Elizabeth

C.C. 100372654-2