



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

TRABAJO DE TITULACIÓN

**TEMA: “PROMOCIÓN DE LA GESTIÓN SOCIAL Y CULTURAL Y ECONÓMICA
DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE LA PARROQUIA RURAL
SAN ROQUE DEL CANTÓN ANTONIO ANTE DE LA PROVINCIA DE IMBABURA”**

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

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: Desarrollo Artístico, Diseño y Publicidad.

Autor: Jonathan Josué Terreros Monteros

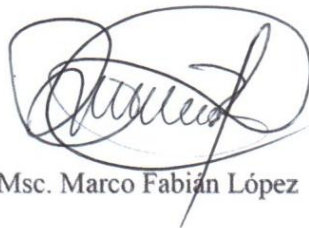
Director: Msc. Marco Fabián López Vargas

Ibarra, Abril 2018

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

Luego de haber sido designado por el Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte de la ciudad de Ibarra, he aceptado con satisfacción participar como director de tesis del siguiente tema: **“PROMOCIÓN DE LA GESTIÓN SOCIAL, CULTURAL Y ECONÓMICA DEL GAD DE LA PARROQUIA RURAL DE SAN ROQUE DEL CANTÓN ANTONIO ANTE DE LA PROVINCIA DE IMBABURA”** . Trabajo realizado por el señor egresado: Jonathan Josue Terreros Monteros, previo a la obtención del título de Licenciado 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 sostenido públicamente ante el tribunal que se ha designado oportunamente.



Msc. Marco Fabián López

DIRECTOR

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Los miembros del tribunal aprueban el informe de investigación, sobre el tema: “PROMOCIÓN DE LA GESTIÓN SOCIAL, CULTURAL Y ECONÓMICA DEL GAD PARROQUIAL RURAL DE SAN ROQUE DEL CANTÓN ANTONIO ANTE DE LA PROVINCIA DE IMBABURA”, del estudiante Jonathan Josue Terreros Monteros, previo a la obtención del título de Licenciado en Diseño Gráfico.

Ibarra, 02 de agosto del 2018

Para constancia firman:



Msc. Marco Fabián López

DIRECTOR



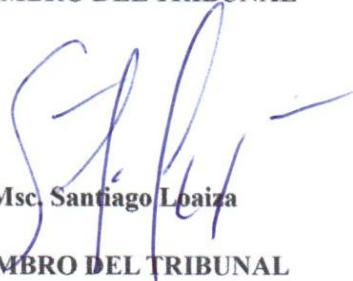
Msc. Wilman López

MIEMBRO DEL TRIBUNAL



Msc. Erick Sasi

MIEMBRO DEL TRIBUNAL



Msc. Santiago Loaiza

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

AUTORÍA

Yo, Terreros Monteros Jonathan Josue con cédula de ciudadanía 100512537-0 declaro bajo juramento que la presente investigación es de total responsabilidad del autor, y que se han respetado las diferentes fuentes de información realizando citas correspondientes.



Terreros Monteros Jonathan Josue

C.I.:100512537-0

RESUMEN

El GAD rural de San Roque durante septiembre 2016- septiembre 2017 tiene una escasa promoción de la gestión social, cultural y económica. Esto conduce a elaborar el diagnóstico, objetivos, justificación, los aportes que brinda y determina quienes serán los beneficiarios. El marco teórico posee categorías dentro del diseño tales como diseño editorial, identidad corporativa, promoción, gestión social, y cultural. El marco metodológico contiene varios tipos de investigación, métodos, técnicas e instrumentos, encuestas y una entrevista. La representación del análisis está dada en gráficos estadísticos. Finalmente tenemos conclusiones y recomendaciones que tienen relación con los objetivos propuestos que guiaron la elaboración y construcción de una revista, manual de imagen corporativa donde se encontrarán los elementos constitutivos de la identidad visual del GAD parroquial rural de San Roque, 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. Con la revista la población será informada sobre las actividades que realiza el GAD ya sean estas sociales, culturales y económicas.

Palabras claves: Diseño Gráfico, Diseño Editorial, Revista, Imagen Corporativa, Promoción, GAD Parroquial Rural de San Roque.

ABSTRACT

The rural Decentralized Autonomous Government of San Roque during September 2016 - September 2017 has had little promotion of social, cultural and economic management. This leads to the diagnosis, objectives, justification, the contributions they provide and those that are determined to the beneficiaries. The theoretical framework has categories within story design such as editorial design, corporate identity, promotion, social and cultural management. The methodological framework contains several types of research, methods, techniques and instruments, surveys and interviews. The representation of the analysis is given in statistical graphs. Finally are obtained conclusions and recommendations related to the proposed objectives that guided the making and finishing of a magazine, a corporate image manual where the constituent elements of the visual identity of the rural parochial DAG of San Roque are found, which are the construction guidelines, the use of fonts and chromatic applications of the image. The consolidation of the new image that needs special attention for the recommendations exposed in this manual, as a document that guarantees a unit of criteria in communication and public dissemination. With the magazine, the population is informed about the activities carried out by the DAG, whether these are social, cultural or economic.

Keywords: Graphic Design, Editorial Design, Magazine, Corporate Image, Promotion, Rural DAG of the "San Roque" parish.

Victor Rodriguez
1715496129
Mw. P. [Signature]



AGRADECIMIENTO

La vida consta de altos y bajos, caídas y logros que dan sentido a nuestra existencia, agradezco en primera instancia a Dios por día a día brindarme salud y sabiduría.

Mi eterno agradecimiento a la carrera de diseño gráfico, orgullo de la UTN por formar excelentes profesionales y demostrar el talento local.

De manera directa a mi Msc. Marco Fabián López, quien de manera correcta me impartió sus conocimientos para culminar con esta gran etapa de mi vida y nivel profesional.

Finalmente, al distinguido GAD parroquial de San Roque, por abrirme sus puertas y permitirme realizar mi labor para bien de toda la comunidad, les soy completamente agradecido.

Jonathan

DEDICATORIA

A mi estrellita de plata que desde arriba me guía y cuida, mi abuelita Elisa.

A mis padres Juan y Martha que son los pilares fundamentales en mi vida, a mis hermanos Juan y John por ser siempre mi inspiración en el día a día, los quiero mucho.

Jonathan Terreros.

INDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR	ii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	iii
AUTORÍA	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
AGRADECIMIENTO	vii
DEDICATORIA	viii
INDICE DE CONTENIDOS	ix
INDICE DE TABLAS	xiii
INDICE DE GRÁFICOS	xiv
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	7
MARCO TEÓRICO	7
INTRODUCCIÓN	7
1.1 El Diseño	7
1.2 Elementos del Diseño	8
1.2.1 Elementos Conceptuales:	9
1.2.2 Elementos Visuales:	9
1.2.3 Elementos de Relación:	9
1.2.4 Elementos Prácticos:	10
1.3 Diseño Gráfico	10
1.4 Diseño Editorial:	13
1.5. Imagen corporativa	15
1.6. Manual de imagen corporativa	17
1.7 Revista Digital	18
1.8 La promoción	19

1.9 Gestión Social	21
1.10 Gestión Cultural:	21
1.11 Gestión Económica	21
1.12 Provincia de Imbabura	22
1.13 Antonio Ante	22
CAPÍTULO II	25
METODOLOGÍA MATERIALES Y MÉTODOS	25
2.1 Tipo de investigación	25
2.2 Métodos	25
2.3 Técnicas	26
2.4 Matriz de relación	27
2.5 Población o universo	28
CAPÍTULO III	30
ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	30
3.1. Encuesta a los pobladores de la parroquia rural de San Roque	30
Tabla No 1 Género	30
Gráfico N° 1 Género	30
Tabla N° 2 Gestión actual del GAD	31
Gráfico N°2 Gestión actual del GAD	31
Tabla N° 3 Actividades culturales	32
Gráfico N°3 Actividades culturales	32
Gráfico N°4 Actividades económicas	33
Gráfico N°5 Colaboración de la ciudadanía con el GAD en actividades sociales	34
Tabla N° 6 Colaboración de la ciudadanía con el GAD en actividades culturales	35
Gráfico N° 6 Colaboración de la ciudadanía con el GAD en actividades culturales	35
Tabla N° 7 Colaboración de la ciudadanía con el GAD en actividades económicas	36
Gráfico N° 7 Colaboración de la ciudadanía con el GAD en actividades culturales	36
Tabla N° 8 Socialización de actividades.....	37
Gráfico N° 8 Socialización de actividades	37
Gráfico N° 9 Informe periódico de actividades	38
Tabla N° 10 Medios de información.....	39
Gráfico N° 10 Medios de información	39
Tabla N° 11 Recibe información social	40
Gráfico N° 11 Recibe información social	40

Tabla N° 12 Recibe información cultural	41
Gráfico N° 12 Recibe información cultural	41
Tabla N° 13 Recibe información económica	42
Gráfico N° 13 Recibe información económica	42
Tabla N° 14 Información recibida	43
Gráfico N° 14 Información recibida	44
3.2. Entrevista realizada al presidente del GAD de la parroquia rural de San Roque del cantón Antonio Ante de la provincia de Imbabura en su oficina: Sr. Franklin Renato Buitrón Lomas	45
3.3. FODA	47
CAPÍTULO IV	50
PROPUESTA	50
4.1. Título de la Propuesta	50
4.2. Justificación	50
4.3. Fundamentación minimarco teórico	50
4.4. Objetivos	52
4.5. Ubicación Sectorial y Física (MAPA)	52
4.6. Desarrollo de la propuesta	53
4.7. Impactos	60
4.8. Difusión	61
4.9. Conclusiones	61
4.10. Recomendaciones	62
4.11. Contestación a las preguntas de investigación	62
4.12. Glosario de términos en orden alfabético (a-z)	63
4.13. Referencias Bibliográficas	65
Bibliografía	65
Anexos	67
Anexo No 1. <i>Árbol de problemas</i>	67
Anexo No 2 <i>Matriz de coherencia</i>	68
Anexo No 3 <i>Matriz diagnóstica</i>	69
Anexo No 4 <i>Encuesta</i>	70

Anexo No 5 <i>Entrevista</i>	72
Fotografías	73

INDICE DE TABLAS

Tabla No 1 Género	30
Tabla N° 2 Gestión actual del GAD	31
Tabla N° 3 Actividades culturales	32
Tabla N° 6 Colaboración de la ciudadanía con el GAD en actividades culturales	35
Tabla N° 7 Colaboración de la ciudadanía con el GAD en actividades económicas	36
Tabla N° 8 Socialización de actividades.....	37
Tabla N° 10 Medios de información.....	39
Tabla N° 11 Recibe información social	40
Tabla N° 12 Recibe información cultural	41
Tabla N° 13 Recibe información económica	42
Tabla N° 14 Información recibida	43

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Género	30
Gráfico N°2 Gestión actual del GAD	31
Gráfico N°3 Actividades culturales	32
Gráfico N°4 Actividades económicas	33
Gráfico N°5 Colaboración de la ciudadanía con el GAD en actividades sociales.....	34
Gráfico N° 6 Colaboración de la ciudadanía con el GAD en actividades culturales	35
Gráfico N° 7 Colaboración de la ciudadanía con el GAD en actividades culturales	36
Gráfico N° 8 Socialización de actividades.....	37
Gráfico N° 9 Informe periódico de actividades	38
Gráfico N° 10 Medios de información.....	39
Gráfico N° 11 Recibe información social	40
Gráfico N° 12 Recibe información cultural	41
Gráfico N° 13 Recibe información económica	42
Gráfico N° 14 Información recibida	44

INTRODUCCIÓN

TEMA: PROMOCIÓN DE LA GESTIÓN SOCIAL, CULTURAL Y ECONÓMICA DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE LA PARROQUIA RURAL DE SAN ROQUE DEL CANTÓN ANTONIO ANTE DE LA PROVINCIA DE IMBABURA.

La parroquia rural de San Roque ubicada en el cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura, posee una exigua promoción de la gestión social, cultural y económica. Las causas y efectos que conforman el problema de la indagación son: Falta de personal técnico, limitado apoyo externo por parte de las autoridades cantonales y la falta de recursos económicos, formando los siguientes efectos: ciudadanía desinformada, no hay contribución con el GAD y políticamente no son posicionados por los moradores. Para lo que cual se ha planteado como alternativa una solución en el rediseño de la marca ya existente. Posteriormente se creará un manual de imagen corporativa desplegados en: construcción, color, tipografía, usos adecuados, papelería, aplicaciones y terminología.

Finalmente se creará una revista digital que contendrá tres capítulos principales: “Una mirada”, “Esta es mi tierra” y “Almas eternas”, para que la ciudadanía, moradores y turistas conozcan todo lo que esta parroquia ofrece, aparte de ser una guía informativa, nos muestra San Roque desde varios segmentos.

Como última parte se estructuró un informe que contiene: Capítulo I, correspondiente al marco teórico. Capítulo II, referente a la metodología, usando los tipos de investigación, métodos, técnicas e instrumentos. Capítulo III, análisis de resultados, se refiere a la aplicación de una encuesta a los moradores de la parroquia y una entrevista al presidente del GAD con sus

contestaciones. Capítulo IV, la propuesta que plantea el rediseño de la imagen corporativa con su respectivo manual, la creación de una revista informativa dividida en 3 artículos: “Una mirada”, “Esta es mi tierra” y “Almas eternas”. Por último se destina conclusiones y recomendaciones, de la misma manera las fuentes de referencia: glosario de términos, referencias bibliográficas, lincografías y anexos.

ANTECEDENTES

Alrededor del primer milenio, en lo que hoy constituye el valle de Otavalo existían grupos de aborígenes que conformaron la base étnica de nuestra provincia, que presumiblemente procedían de una remota migración provenientes de la costa del pacífico que se asentaron por varios siglos, siendo estos los ANGOS e IMBAYAS. Posteriormente se produce la invasión de los incas a las tierras de lo que hoy en día es el Ecuador, implantándose una nueva estructura social con sus costumbres y valores culturales. (Jácome, 2015)

La parroquia Rural San Roque es una de las 4 parroquias rurales del cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura, ubicada a 4 km de la capital cantonal (Atuntaqui) y a 18 km de la capital Provincial (Ibarra). Su ubicación corresponde a la latitud: 0°3′ y longitud: -78°21′67.” El consejo Municipal de Ibarra, de acuerdo a la “Ley sobre División Territorial , expedida el 23 de

Abril de 1884 y aprobada el 23 de agosto de 1898, acuerda la creación de la Parroquia Civil San Roque y señalar los límites a la nueva parroquia. (Terán, pág. 1)

La parroquia cuenta con 8 barrios: Corazón de Jesús, El Centro, La Merced, La Delicia, San Agustín, San Alfonso, San Miguel, Santa Bertha y Santa Rosa; y 5 comunidades: Agualongo de Paredes, Cerotal, Jatun Rumí, La Esperanza y Pucará donde la población indígena es significativa . (PDOT, 2010 - 2011).

San Roque posee una riqueza cultural inmensa, que refleja su población indígena, artesanos que trabajan con el barro y cabuya, además de la existencia de los tradicionales telares en la producción de ponchos, tapices, chalinas y sacos que se exponen y se venden en las ferias de Otavalo y otras ciudades del país y fuera de éste. Dentro de los eventos culturales tenemos el festejo del Inti Raymi en las diferentes comunidades de la parroquia; las fiestas de parroquialización celebradas en el mes de agosto y las fiestas en honor al Santo Patrono en la misma fecha. (Terán, pág. 2)

La riqueza textil que tiene esta parroquia es muy grande, la industria de la lana y la industria de la cabuya que empezó con una producción antes de 1900 por doña María Ubidia y su hija Camila aguirre. (Terán, pág. 5)

El clima es sano y agradable, aunque un poco frío en el lado oriental cercano al Imbabura. Sus tierras son fértiles y producen cereales en apreciable cantidad sobre todo, maíz, trigo, cebada, fréjol, lenteja. Se producen también patatas y hortalizas. (Terán, pág. 1)

Se puede realizar turismo de aventura y turismo comunitario aprovechando las bondades naturales del volcán Imbabura, la vista que se tiene de este volcán es completamente distinta desde esta parroquia, de ahí surge su slogan “Corazón y Fuerza”. (Buitrón, 2018)

Contextualización del problema

Uno de los principales problemas referentes a la comunicación del GAD parroquial rural de San Roque, es la inadecuada promoción de la gestión social, cultural y económica del GAD. Ante lo cual se plantea la siguiente interrogante ¿Existe una adecuada promoción de la gestión social, cultural y económica del GAD de la parroquia rural de San Roque?

Los factores ocasionales constituyen la falta de apoyo externo cantonal de Antonio Ante para el

GAD parroquial como también la falta de personal técnico y especializado en el área de Diseño Gráfico Comunicacional provocando que la promoción parroquial no sea efectiva por falta de recursos económicos. Esto trae consecuencias como desinformación a los habitantes en el cantón Antonio Ante y en San Roque, en actividades, funciones, eventos y sobre todo como se percibe el turismo dentro de la provincia, con lo cual la comunidad no se empodera con el GAD.

(Cordona, 2010) manifiesta que: “En el caso de realizar una revista se debe tomar en cuenta algunos puntos clave como son: Portada, formato, encuadernación, contenido, créditos, editorial que juntos hacen una sola pieza gráfica de calidad.” La revista “San Roquito” está creada a partir de esto.

1.1 Justificación

La presente investigación es de gran utilidad para los ciudadanos a nivel nacional, provincial y parroquial, ya que se menciona las actividades sociales, culturales y económicas que realiza el GAD, es importante referirse a la producción industrial que se realiza en la parroquia: la industria textil de la lana y la cabuya. En el aspecto social y cultural se encuentran diferentes fiestas: Parroquialización de San Roque y las fiestas a su Patrono del cual llevan su nombre en el mes de agosto. En junio se celebra el Inty Raimy con el pueblo indígena en honor a la fiesta de la cosecha y finalmente varios boletines informativos de las obras incluyendo la rendición de cuentas para transparentar la gestión que se ha realizado.

Los principales beneficiarios directos son las Autoridades del GAD, los moradores de la parroquia como jóvenes y adultos que puedan ver lo que se desarrolla. Los turistas son beneficiarios indirectos que visitan la parroquia y generarán mayor economía.

Este trabajo es ejecutable, debido a la voluntad y compromiso por parte de las autoridades del GAD parroquial, para la elaboración de esta necesaria propuesta. La parte económica para la publicación de la revista digital y el manual de imagen corporativo, serán cubiertos por parte del

GAD Parroquial.

1.2.Objetivos

1.2.1. Objetivo general

- Informar la gestión social, cultural y económica que el GAD de la parroquia de San Roque del cantón Antonio Ante desarrolla mediante el diseño de estrategias de promoción.

1.2.2. Objetivos específicos

-Sentar las bases técnicas y científicas relacionadas al diseño y la promoción de la gestión social, cultural y económica del GAD de San Roque.

-Realizar un diagnóstico técnico a los funcionarios del GAD y a la comunidad de la parroquia rural de San Roque que permita conocer la realidad y percepción de la promoción de la gestión social, cultural y económica.

-Diseñar una revista digital y un manual de imagen corporativo como estrategia de promoción de la gestión social, cultural y económica que desarrolla el GAD de la parroquia rural de San Roque.

1.3.Preguntas de investigación

¿Cuáles son los fundamentos técnicos y científicos referentes al diseño y promoción de la gestión social, cultural y económica de los gobiernos autónomos descentralizados mediante la construcción de un marco teórico?

¿Es importante realizar un diagnóstico técnico a los funcionarios del GAD y a la comunidad de la parroquia rural de San Roque, que permita conocer la situación actual 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 San Roque?

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

INTRODUCCIÓN

1.1 El Diseño

El Diseño ocupa nuestra diaria rutina de vida, está presente en todo lo que podemos visualizar. Es una disciplina que reúne a varios elementos visuales con el fin de resolver un problema o satisfacer una necesidad comunicacional.

(Frascara, 2006) manifiesta que: “La tarea del diseñador gráfico es la de satisfacer necesidades de comunicación visual de toda clase, en todo sector de la sociedad, desde complejos elementos hasta sistemas complejos de comunicación”.

La necesidad de comunicar es primordial, siempre se ha buscado la forma de hacerlo desde la antigüedad, generando mensajes y poco a poco empoderándose de lo que llamaríamos diseño después. Según manifiesta (Iturralde, 2004) “La comunicación visual ofrece a la historia esa oportunidad única de rearmar el pasado a partir del mensaje del código. En el mundo contemporáneo, la lectura de esos registros produce fascinación: en ella se descubre el momento vital del emisor que los produjo”.

(Vilchis, 2002) Menciona que: “Diseñar es la actividad objeto de estudio del diseño que en tanto disciplina estudia el comportamiento de las formas, sus combinaciones, su coherencia asociativa, sus posibilidades funcionales y sus valores estéticos captados en su integridad”.

La sociedad necesita diseñadores hoy más que nunca a causa del desarrollo de nuevas tecnologías de comunicación. Todo comunica y todo es diseño, es algo que se ha inculcado desde tiempos inmemorables. Podemos encontrar el diseño como una expresión artística y también como un mensaje de comunicación gráfica.

(Iturralde, 2004) Manifiesta que: “Cualquier pieza de diseño tiene esa capacidad fabulosa de trascender en el tiempo y de contener una pequeña parcela de las formas de vida del presente”.

Actualmente un diseñador gráfico no tiene un buen estereotipo profesional y es algo que sucede desde la antigüedad, su valor ha ido decreciendo que ya no se habla de diseño sino solo de una reproducción digital, un único costo de maquinaria y de impresión.

(Frascara, 2006) menciona que: “El término diseñador gráfico ha contribuido a oscurecer la naturaleza de la profesión, ya que el término no enfatiza demasiado lo gráfico, lo físico y emite otros aspectos más esenciales de la profesión, cuyo objetivo principal no es la creación de formas, sino la creación de comunicación, fuente relevante en lo relacionado al diseño con identidad, el diseño viene de una referencia extranjera, y hasta la actualidad sigue siendo inspiración para los diseñadores ecuatorianos. No nos damos cuenta que se fortalece el diseño ajeno al no producir diseño local con contenido acorde a nuestra realidad. (Iturralde, 2004) Menciona que: “El Propósito de crear un libro de diseño es el de animar a los comunicadores visuales a producir un estilo personal y original, uno fundamentado en el interés por comprender los elementos culturales únicos y propios”.

1.2 Elementos del Diseño

(Wong, 1995) Manifiesta que: “El diseñador es un hombre práctico, que antes de estar preparado para enfrentarse con problemas prácticos, debe dominar un lenguaje visual. Este lenguaje visual es la creación del diseño”.

Los elementos del diseño se dividen en conceptuales, visuales, de relación y prácticos que juntos dan la apariencia y el contenido de un diseño.

1.2.1 Elementos Conceptuales:

(Wong, 1995) menciona que: “Los elementos conceptuales no son visibles. No existen si no que parecen estar presentes”.

Punto: Un punto indica posición y representa el principio y el final de una línea.

Línea: El recorrido de puntos que se mueven se transforman en una línea.

Plano: Una línea que recorre en movimiento se transforma en un plano.

Volúmen: Un plano que recorre en movimiento se convierte en un volúmen.

1.2.2 Elementos Visuales:

Según (Wong, 1995) “Cuando los elementos conceptuales se hacen visibles, tienen forma, medida, color, textura.”.

Forma: Es la identificación principal de en nuestra percepción de algo que vemos.

Medida: Es el tamaño que tiene la forma percibida.

Color: Es una percepción causada por la luz e interpretada en el nuestro cerebro que permite distinguir cercanía para la forma.

Textura: Se refiere a la cercanía en la superficie de una forma, que atrae al sentido del tacto como a la vista.

1.2.3 Elementos de Relación:

(Wong, 1995) manifiesta que: “Aquel grupo de elementos predomina la ubicación y la relación de las formas en un diseño”.

Dirección: Depende de la relación entre la forma y el observador, indica orientación o destino.

Posición: Indica la localización de la forma, se determina en relación con la orientación respecto a algo o con sus partes anterior, posterior y laterales.

Espacio: Es la superficie donde se encuentra la forma con límites determinados.

Gravedad: Es una sensación psicológica, que atribuye pesantez o liviandad, estabilidad o inestabilidad a una forma o a varias.

1.2.4 Elementos Prácticos:

Según (Wong, 1995) “Los elementos prácticos subyacen el contenido y alcance de un diseño”.

Representación: La representación puede ser realista, estilizada o semiabstracta. Es una forma derivada de la naturaleza.

Significado: El significado está presente cuando tiene un mensaje por medio.

Función: Es el propósito por el cual se crea el diseño.

Todas estas percepciones juntas comunican al ser visualizadas por el espectador.

1.3 Diseño Gráfico

(Mendoza, 2014) manifiesta que: “El diseño gráfico es una disciplina social y humanística; el arte de concebir, planear y realizar las comunicaciones visuales que son necesarias para resolver y enriquecer las situaciones humanas”. Dicho de otra manera el diseño gráfico es el proceso de creación de piezas visuales que reúne varios parámetros y elementos para llevar un mensaje determinado a un cierto público objetivo.

El diseño viene desde tiempos remotos donde nuestros primeros habitantes dejaron su huella comunicativa, con el paso del tiempo fue desarrollándose nuevas técnicas y tendencias hasta llegar a la actualidad.

La llegada de nuevos softwares y hardwares han afectado al diseño gráfico debido a la infoxicación de información que se ha saturado tanto que ahora no existe la necesidad de crear, si no de replicar.

(Biedermann) Menciona que: “La composición de una imagen visual es la manera de ordenar y colocar los elementos sobre un soporte o espacio compositivo, espacio gráfico”. Esto quiere decir que la distribución de elementos en la composición deben facilitar la mejor comprensión del mensaje. Estos elementos son:

Aire: Es el espacio de separación y los límites que se deja entre los elementos al generar la composición gráfica.

Jerarquerización: Es un criterio que nos permite ordenar según el grado de importancia e impacto de cada elemento que se coloque.

Ritmo: Es la repetición de manera estructurada visualmente de los elementos. Esto dará una mayor versatilidad al momento de leer el mensaje.

Simetría: Un correcto manejo del espacio gráfico nos permite tener un diseño más pulcro hablando de forma visual, colocar elementos que generan psicológicamente equilibrio.

Asimetría: Son composiciones netamente dinámicas, que generan un impacto completamente diferente al espectador.

Armonía: Se debe mantener elementos que tengan una semejanza o similitud para no perder la estética.

Simplicidad: Generar composiciones solo con los elementos necesarios . Menos es más, simple pero directo son algunas sugerencias que se han dado para un mejor manejo del mensaje a comunicar.

Contraste: El contraste es la diferencia o lo opuesto a un elemento. Genera una comparación y atrae al espectador si hablamos de elementos visuales.

Con lo cual el diseño se constituye en un proceso de comunicación donde interviene un emisor encargado de enviar el mensaje, un medio o canal que es el diseño gráfico en sí y un receptor que es el público objetivo.

(Mendoza, 2014) manifiesta que: “El diseño gráfico es una disciplina teórico-práctica, es decir que parte de conceptos y de lugares de pensamiento, se ajusta a las condiciones situacionales y su propósito es regular favorablemente la relación del hombre con su medio ambiente, con la cultura, las creencias y con las instituciones, de un modo práctico, eficiente y significativo”.

Siempre tendremos la necesidad de comunicar, pero debemos manejar un correcto uso de los elementos del diseño gráfico y tomando en cuenta que es lo que deseas expresar.

(Mendoza, 2014) menciona que: “El diseño gráfico es una disciplina social y humanística; el arte de concebir, planear y realizar las comunicaciones visuales que son necesarias para resolver y enriquecer las situaciones humanas. Directamente anclado en el universo de la vida urbana y del desarrollo tecnológico, el diseño gráfico no se ciñe a técnicas, métodos o teorías determinadas, sino que es el arte de deliberar sobre ellas y sobre la innovación, para crear escenarios donde la producción de imágenes incide sobre la vida de la gente, sus conductas de consumo, sus hábitos de lectura y sus necesidades de información”

1.3.1 Diseño Gráfico Digital:

(Regiomontana, 2010) menciona que: “Diseño Gráfico Digital es la disciplina que posibilita comunicar visualmente, informaciones, hechos, ideas y valores útiles al hombre mediante una actividad en la cual se procesan y sintetizan: factores sociales, culturales, perceptivos, estéticos, tecnológicos y ambientales para obtener formas visuales auténticamente comunicantes”. En la actualidad el crecimiento de soportes multimedia y plataformas generan que todo el contenido que sea diseñado, de alguna forma sea percibido por su público objetivo. El diseñador gráfico es el encargado de crear el diseño con una versatilidad y funcionalidad

1.4 Diseño Editorial:

La lectura es una de las actividades más importantes del hombre, cada publicación decodificada genera un recuerdo, un intelecto superior dependiendo de la publicación leída. El diseño editorial surgió conjuntamente con la llegada de la imprenta en 1711.

(Andrés) manifiesta que: “El diseño editorial es el área del diseño gráfico especializada en la maquetación y composición de diferentes publicaciones tales como revistas, periódicos, libros, catálogos, folletos”.

Dentro del diseño editorial es preciso hablar sobre la edición, (Andrés) menciona que: “Edición es el conjunto de de ejemplares de cualquier publicación que se imprima con el mismo molde”.

El formato y el tamaño de una publicación se determina según el público al cual está dirigida, que tipo de publicación será, que elementos estarán dentro y si es que será una colección o una edición única.

Las formas básicas para una publicación son tres:

Cuadrada: Es apropiada para la maquetación de elementos verticales y horizontales. Pero transmite emociones de carácter más formal.

Vertical: Es el más aconsejado, por su fácil manejo.

Horizontal: Es más utilizado para la presentación de imágenes en formato apaisado.

En cualquier forma de publicación el texto y la imagen debe mantener su racionalidad y no cause conflictos visuales con el espectador.

(Andrés) menciona que: “La maqueta está compuesta por las guías invisibles donde se colocan los elementos de la publicación, está estructurada por los márgenes en la parte exterior y la retícula. En ella diremos las columnas, la medida de la línea, la calle, las cajas de imagen la paginación y textos”. Cuando hacemos una publicación la paginación tiene la función de colocar el número al folio. Dentro de la paginación tenemos varios tipos de folios :

Numérico: Consta solamente de números.

Explicativos: Además de llevar un número consta de una leyenda, como nombre del autor o nombre de la publicación.

Prologales: Son los que se colocan en el principio y que generalmente van en letras romanas.

(Andrés) manifiesta que: “Existen dos tipos de estilo de maquetación, clásica y moderna”.

Estilo clásico: tiene como característica principal sus amplios márgenes, simetría y pulcritud visual, tipografías con remate y texto correctamente justificado.

Estilo moderno: se caracteriza por que el uso de los márgenes ya no tienen tanta importancia, usa un diseño más asimétrico y dinámico para sus publicaciones , el texto de palo seco es esencial aquí.

Márgenes: constituyen los espacios en blanco que dan distancia a la mancha de la página, y su utilización depende del trabajo que se vaya a realizar.

Réticula: se contruye según el tamaño de la página, es una estrucura de orden para la colocación de los elementos. Nos permite distribuir de manera que cada elemento tenga su espacio y conjutamente generan un atractivo visual.

(Andrés) manifiesta que: “La retícula en el Diseño Ediorial supuso una innovación a la hora de maquetar. Al contrario de lo que algunos piensan, nos ayuda a dinamizar y posibilita una forma de trabajo más rápida en productos seriados con bastantes páginas. Su estructura visible pero no imprimible unifica, equilibra las páginas y da coherenciaa la publicación”.

Los tipos de retículas mas relevantes son:

De manuscrito: únicamente es un rectángulo sobre toda la página para la colación del texto en general.

De columnas: se caracteriza por ser muy flexible, las columnas pueden ser independientes o grupales.

Modular: divide en secciones con líneas guías para una mejor distribución de elementos, es muy usada para maquetar revistas.

Jerárquica: que está basada más en la organización de elementos que intuitivamente tienes intervalores regulares o repetitivos.

Dentro del diseño editorial la tipografía tiene un valor sumamente importante, es la forma visual que tiene una idea escrita. El tipo de letra determinará que tan legible es una nuestra publicación al igual que las sensaciones que nos trasmite el mismo.

El diseño editorial es vital al momento de crear una publicación, sea digital o impresa, la gente consume demasidas publicaciones y un buen diseño puede ser memorable.

Diseño Gráfico Digital:

1.5. Imagen corporativa

El valor de la imagen corporativa está teniendo una mayor importancia tanto en empresas públicas o privadas y está vinculada directamente con la identidad corporativa de la empresa. (Ind, 1990)

menciona que: “La identidad de una organización es la percepción que tiene sobre ella misma, algo muy parecido al sentido que tiene una persona sobre su identidad. Por consiguiente es algo único”.

La identidad corporativa se remonta hacia años atrás cuando se crearon los primeros símbolos como identificadores para empresas y productos que en ese entonces estaban en pleno auge y reúne a todos los elementos que definen la marca.

Las marcas que han tenido un mayor éxito manejan una identidad bien definida, volviéndose memorables e incluso reflejan al público objetivo su filosofía dándoles un posicionamiento en la sociedad.

(Ind, 1990) manifiesta que: “La Comunicación Corporativa es el proceso que transforma la identidad corporativa en imagen corporativa”. La identidad corporativa solamente tiene valor cuando comunica algo, sea esto a su público objetivo, a los miembros de la empresa y así evitar que los valores no sean transmitidos correctamente.

Cada persona puede tener una imagen distinta sobre la empresa, se adapta a su realidad y a su percepción, todo puede afectar a la empresa por eso se debe tener un manejo adecuado para no perder el prestigio y mantener la imagen en el medio.

(Gutierrez, 2011) menciona que: “El objetivo de toda entidad estriba en lograr que se produzca una coherencia total entre identidad expresada e imagen percibida”.

Las personas se interesan por el producto o servicio que reciben y ellos le dan la importancia a la empresa que lo ofrece, esto ayuda a posicionar una marca.

(Gutierrez, 2011) manifiesta que: “Una imagen corporativa completa debe constar de tres componentes fundamentales que son la notoriedad, fuerza y contenido”.

Notoriedad: Es el grado de reconocimiento que las personas tienen acerca de la empresa.

Fuerza: Es la rapidez y espontaneidad con la que la entidad reacciona a algo relacionado con ella.

Contenido: Son las características por las cuales se conocen a una entidad.

(Gutierrez, 2011) menciona que: “El principal propósito de una correcta imagen corporativa consiste en que esta se configure en la mente del público de forma que no experimente desviaciones con la entidad a la que la institución que la proyecte pretenda asociarse. Se obtendrá logrando que lo que la empresa dice, hace, y la influencia entre los diferentes públicos reflejen la mayor unicidad posible”.

La imagen corporativa siempre ha sido manejada desde la antigüedad, no es algo reciente. Los conjuntos de signos visuales juntos forman la imagen. Los términos lingüísticos de un identificador son isotipo, logotipo , imagotipo, entre otros más. Estos se aplicarán según la necesidad y tipo de marca.

1.6. Manual de imagen corporativa

Un manual de identidad corporativa contiene todos los elementos gráficos acerca de la marca y que reflejarán la imagen corporativa de la misma. Estos son:

- ***Definición de la marca construcción y aplicación***
- ***El color***
- ***La tipografía***
- ***Usos adecuados***

- *Papelería*
- *Aplicaciones*

Tener un manual nos garantiza ahorrar tiempo, contiene toda la información de la marca de una forma detallada y consisa, el porque de cada elemento usado en la marca, ésta debe reflejar la filosofía y la esencia empresarial. Cuando se requiera hacer una pieza publicitaria sin perder la línea gráfica que a largo plazo la diferenciará de las demás para hacerla con mayor facilidad. Es importante realizar una capacitación a los miembros de la entidad que lideran la marca sobre su uso y como usarla adecuadamente.

1.7 Revista Digital

Es una publicación que utiliza parámetros similares a los de una revista impresa, con la diferencia de que ésta no será publicada de manera física sino virtual. Ahorra costos de impresión y puede usar elementos interactivos como animaciones o videos. En la actualidad existen una cantidad de repositorios digitales para publicaciones de este tipo y puede tener varios formatos según su necesidad.

La revista se diseñó principalmente como medio informativo para los moradores de la parroquia y posicionamiento del GAD, informando de las actividades sociales, culturales y económicas que se desarrollan.

La revista está dividida en 3 secciones, la primera “Una mirada”, seguida de “Esta es mi tierra” y “Almas eternas” .

La sección “Una mirada” tiene temas sociales y más formales de San Roque, “Esta es mi tierra” que difunde las tradiciones, festividades, sitios turísticos de la parroquia; y finalmente “Almas eternas” que es un un homenaje fotográfico realizado a las personas mas representativas del lugar.

Una publicación impresa perdura por mucho tiempo, y puede llegar a ser memorable por la calidad y el contenido que esta tenga, y “San Roquito” es un pilar informativo del pasado, presente y una visión a futuro del GAD.

1.8 La promoción

Es un plan integrado de corta duración, destinado a objetivos específicos para la empresa.

(Mobare, 2005) menciona que: “Cada vez que uno transita por pasillos de centros comerciales y supermercados o pasa frente a tiendas, es inevitable sentirse bombardeado por estímulos que tratan de llamar nuestra atención. Ya sean ofertas de 2x1, liquidaciones o promociones, todos intentan cumplir el mismo objetivo: promover que uno compre esos productos”. Cada individuo es diferente y reacciona distinto a cada situación.

(Mobare, 2005) manifiesta que. “El individuo comprará un producto sólo cuando la satisfacción de éste le genere una utilidad al descontarle el precio que paga por él”. La cantidad de publicidad de empresas que compiten es demasiada alta. Dentro del tipo de promociones encontramos la promoción de ventas y la promoción estratégica.

Promoción de Ventas: Son planes creados con el fin de incrementar rápidamente las ventas.

Promoción Estratégica: Buscan motivar un comportamiento a largo plazo y no necesariamente vender rápidamente.

(Arellano, 2000) menciona que: “Las promociones de ventas tienen la ventaja de producir resultados de ventas inmediatos. Las promociones estratégicas buscan también lograr resultados en el corto y mediano plazo”. Pero una vez terminada la promoción de venta los consumidores no

guardan su fidelidad a la marca ya que fue solamente momentánea a diferencia de la promoción estratégica que estará acompañada de una buena estrategia a largo tiempo como complemento.

Dentro de las herramientas de promoción encontramos: la publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas y ventas personales.

Publicidad: Es una forma de comunicación impersonal que fomenta a un producto o servicio, estas pueden ser informativas cuando se está introduciendo un producto nuevo; publicidad persuasiva que es similar a la publicidad comparativa que hace referencia a cual empresa es mejor; y finalmente la publicidad de recordatorio que tiene un gran valor de importancia solamente en marcas que ya están posicionadas generando trascendencia.

Relaciones públicas: Son relaciones con los distintos públicos aparte del público objetivo, llegan a una gran cantidad de consumidores al igual que la publicidad. (Mobare, 2005) menciona que: “El objetivo que persigue la empresa, que es lograr la venta, no va implícito en el mensaje que se entrega mediante este tipo de promoción, por el contrario este se presenta como una noticia. Esta información para que se favorable a la empresa, como es lógico, debe resaltar bondades de ella o de sus productos”.

Marketing Directo: (González, 2010) manifiesta que: “El marketing directo es una forma de hacer marketing, es un sistema interactivo de marketing que utiliza uno o más medios publicitarios para conseguir una determinada transacción económica, que es susceptible de medición”. Es un apego directo de la empresa con su cliente, tiene como objetivos principales ganar clientes y fidelizarlos.

Ventas personales: (Thompson, 2006) manifiesta que: “Las ventas personales son la única herramienta de la promoción que permite establecer una comunicación directa con los clientes actuales y potenciales mediante la fuerza de ventas de la empresa, la cual, realiza presentaciones

de ventas para relacionar los beneficios que brindan los productos y servicios con las necesidades y deseos de los clientes. Una buena promoción debe estar respaldada de buenas estrategias para que perdure.

1.9 Gestión Social

(Beaumont, 2016) menciona que: “El término gestión social se usa indistintamente para referirse al logro de un fin social como al carácter colectivo del proceso que conduce a dicho fin”. Tiene como objetivo principal crear un valor social, la mayoría de entidades que crean valor social tienen objetivos sociales.

La gestión social satisface una necesidad humana, incrementando el grupo de interés hasta empoderarlos. (Beaumont, 2016) manifiesta que: “La gestión social consiste en el desarrollo de las capacidades requeridas para la satisfacción de una necesidad social reconociendo como punto de partida el potencial transformador de las propias capacidades de los individuos y las comunidades”.

1.10 Gestión Cultural:

Es una promoción de la cultura, que constituye uno de los más importantes pilares del desarrollo social. (Moreno, 2006) manifiesta que: “La cultura es la manera de ser y estar en el mundo”. La cultura es todo lo que define a una persona en la sociedad, con el incremento de las nuevas tecnologías visualmente todo ha incrementado notablemente. La gestión cultural expresa de una forma racional la filosofía de vida que tiene una comunidad, su arte, su vivir, sus rasgos, creencias, tradiciones que conjuntamente forman la identidad del mismo y que paulatinamente se va perdiendo en algunos pueblos, y se adaptó nuevas tendencias extranjeras. La cultura está implícita

en todo y define al individuo. El nivel cultural varía según la ubicación, el gestor cultural tiene que realizar un trabajo muy profesional para lograr valores positivos.

1.11 Gestión Económica

Es el proceso de recaudación de presupuestos, ingresos , gastos, que se ajustará siempre a la legalidad y economía a la que se someta la gestión.

Lo primero que se debe conocer, es si su producción será financiada por las autoridades pertinentes, o si existirá un tipo de participación externa. (Bach, 2014) menciona que: “La persona necesita del trabajo para obtener los recursos necesarios con los cuales satisfacer sus necesidades”. Se encarga de todo lo referente a la economía dentro de un proyecto.

1.12 Provincia de Imbabura

Se encuentra en el norte de la serranía ecuatoriana, posee varios lagos que son: San Pablo, Yahuarcocha, Mojanda, Cuicocha, entre otros.

Consta de seis cantones: Otavalo, Ibarra, Cotacachi, Antonio Ante, Urcuquí y Pimampiro , su capital es la ciudad de Ibarra. Es una provincia peculiar en cuanto a su clima, ya que posee un ambiente cálido en la zona norte y frío en la zona sur.

(INEC, 2001) menciona que: “Imbabura tiene una población de 344.044 habitantes”. Es una de las provincias con mayor actividad económica del país, con mayores atractivos turísticos y es uno de los puntos de encuentros culturales mas significantes desde la antigüedad.

(Círculo de Lectores, 2004) menciona que: “En Imbabura pueden apreciarse impresionantes macizos andinos. Conturba sentirse tan minúsculo en medio de ese encrespamiento de las fuerzas de la naturaleza, de las encaprichadas cadenas de montañas, de activos o apagados volcanes”.

El Volcán Imbabura es uno de los pocos lugares en el mundo que tiene un deslizamiento milenario en forma de corazón.

1.13 Antonio Ante

(CELAEP, 2015) manifiesta que: “El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Antonio

Ante fue creado el 12 de Febrero de 1938, tiene 48.739 habitantes y una extensión de 792.610 km²”. Sus límites son: Al Norte, San Miguel de Urcuquí; al Sur, Otavalo; al Este, Ibarra; y al Oeste: Cotacachi. Antonio Ante se encuentra en el medio del cantón Otavalo e Ibarra.

El cantón Antonio Ante tiene 6 parroquias:

Andrade Marín: Es una parroquia urbana ubicada al Este de Atuntaqui, dentro de ella se encuentra ubicada la Ex – Fábrica Textil Imbabura .

Atuntaqui: Está ubicada en el centro de la ciudad, tiene su referencia como ciudad industrial, se realizan varios eventos que tienen cierta importancia a nivel provincial por la potencia turística en las Expoferias y los bailes de fin de año.

Chaltura: Constituye la parte llana del cantón ubicada a 3.5 km de Atuntaqui. Sus actividades económicas han incrementado en diferentes campos de trabajo. La gastronomía típica de esta parroquia es el plato preparado principalmente con el *cuy* (mamífero roedor comestible), que se convierte en un punto de turismo importante para Atuntaqui.

Imbaya: Está ubicada a 5 km de la capital provincial Ibarra y a 9 km de la cabecera cantonal Atuntaqui, su población se destaca en el fútbol, voley y pelota de mano como deportes clásicos.

Natabuela: Está ubicada a 2,50 km de la capital provincial Ibarra y a 174 km de la capital ecuatoriana, en su mayoría la población es indígena ya que aquí se asentaba la Cultura Natabuela, el turismo está en su gastronomía típica similar a Chaltura.

San Roque: Está ubicada a 4.00 km de la capital Cantonal Atuntaqui y a 18 km de la capital Provincial Ibarra, posee una pequeña industria artesanal y textil. Además posee varios patrimonios del país que lo vuelven un sitio turístico muy concurrido.

Los principales centros poblados, comunas y recintos son: Agualongo, San Roque, Santa Rosa, Santa Isabel, Santa Bernardina, La Merced, Los Ovalos, Santo Domingo, San Ignacio, Andrade Marín, San Francisco de Natabuela, San José, Tierra Blanca, Santa Rosa, El Cercado, Gangotena, El Rancho, El Milagro, Chalturita, El Incario, El Vergel, San Luis de Imbaya, El Cabuyal, Santiago de Monjas, El Cabuyal, Santiago de Monjas, La Graciela. Es un punto de economía muy alto por su industria textil.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA MATERIALES Y MÉTODOS

2.1 Tipo de investigación

Dentro del marco establecido en el reglamento de régimen académico vigente es una propuesta creativa e inteligente, bajo el enfoque o paradigma cuantitativo, los objetivos específicos serán los pilares investigativos, no se ha proyectado hipótesis por no ser una investigación que de carácter cuantitativo.

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 trabajo está desarrollado en el GAD parroquial rural de San Roque.

2.2 Métodos

Este proyecto tiene un alto grado de rigor científico justificado en una sucesión de métodos generales y específicos empleados en el desarrollo de la investigación.

Los métodos investigativos son inductivo, analítico, sintético, y el específico.

2.2.1 Método Inductivo

La aplicación de este método toma elementos particulares y establece funciones de carácter general, también plantea un diseño que solucione la planificación indicada anteriormente.

2.2.2 Método Analítico

El método analítico abarca toda la investigación, ya que analiza una serie de teorías, conceptos y citas bibliográficas que generan elementos o síntesis nuevas, descomponiendo sus partes constituidas.

2.2.3 Método Sintético

La utilización de este método hace una síntesis del problema de la promoción social, cultural y económica dentro de la parroquia rural de San Roque.

2.2.4 Método específico

Conceptualiza la determinación de la problemática mediante diferentes técnicas de investigación. Para este trabajo se utilizó el diseño editorial, un proceso de investigación, recopilación de información en el aspecto social, cultural y económico del GAD parroquial rural de San Roque, desarrollo de un machote, reticulación, manual de identidad corporativa y finalmente el arte final de la revista. El uso de los softwares Adobe Ilustrador, Adobe Photoshop y Adobe Indesign permiten perfeccionar el proyecto.

2.3 Técnicas

Las técnicas de investigación científica utilizadas en el proyecto son las encuestas y entrevistas. **Encuesta:** Se diseñó unas encuestas gracias al uso de algunos indicadores, que luego de una rápida explicación, serán aplicadas a una muestra de la población de la parroquia San Roque. La muestra representativa del universo es de 370. La encuesta está realizada a la población que vive actualmente en el GAD de San Roque durante el mes de marzo-2018.

Entrevista: Las entrevistas abiertas fueron aplicadas al presidente de la junta parroquial de San Roque y a dos moradores representativos de la misma.

Instrumentos: Las técnicas antes mencionadas usan sustentos de evidencia para su utilización y aplicación como: fotografías, croquis, planos, fichas mnemotécnicas, información documental entregada por parte de las autoridades del GAD, diario de campo, cámara fotográfica, videograbadora, ordenador, softwares (Adobe Ilustrador, Adobe Photoshop y Adobe InDesign).

2.4 Matriz de relación

2.5 Población o universo

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

Objetivo del diagnóstico	VARIABLES del diagnóstico	Indicadores	Técnicas	Fuentes de información
Sentar	Promoción de la gestión social, cultural y económica del GAD Parroquial Rural San Roque	Arte	Encuesta y entrevista	Autoridades del GAD y moradores de la parroquia
		Experiencias		
		Cultura		
		Ingresos		
		Rendición de cuentas		
		Gastronomía		
		Deportes		
		Tradicición		
		Forma de ser		
		Música		
		Fuente de economía		
		Saberes		
Diseñar	Manual de Identidad Corporativa y Revista	Presupuesto	Observación	Autoridades del GAD y moradores de la parroquia
		Reseña histórica		
		Ubicación		
		Extensión		
		Símbolos patrios		
		Lugares turísticos		
		Fotografías		
		Personajes		
Criterios gráficos				
Industrias				
Publicidad				

$$n = \frac{10142 * (0,25) * (1,96)^2}{(10142 - 1) * (0,05)^2 + (0,25) * (1,96)^2}$$

$$n = \frac{9740,3768}{25,3525 + 0,9604}$$

$$n = \frac{9740,3768}{26,3129}$$

$$n = 370$$

$$n = 370 \text{ Encuestas}$$

2.6 Determinación de la muestra

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

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

El significado de los elementos que interviene en la formula son:

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= Limite 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 se lo toma en relación al 95% equivale a 1.96. (Posso, 2011, pág. 187)

CAPÍTULO III

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

3.1. Encuesta a los pobladores de la parroquia rural de San Roque

Los análisis y entrevistas se asociarán conjuntamente con datos similares de diferentes autores que hacen alusión a la parroquia rural de San Roque como: Jácome, GAD Antonio Ante, Iturralde, Buitrón y LTDA. Global Constructora, colectivamente con los resultados obtenidos en marzo del 2018.

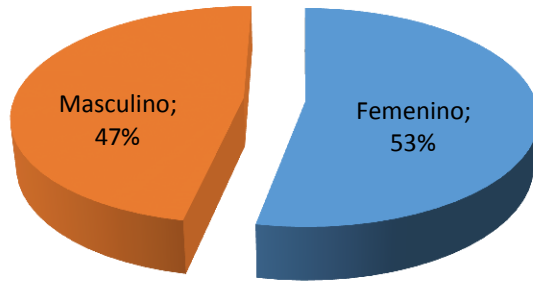
Tabulación y análisis de datos

Tabla No 1
Género

ALTERNATIVA FRECUCENCIA		
Masculino	168	47%
53%	Femenino	192
	Total	370 100%

Fuente encuesta marzo 2018
Elaboración propia

Gráfico N° 1 Género



Interpretación

Un total de 192 habitantes de género femenino equivalen al 53% de la población, mientras que el 47% restante equivalen a los habitantes de género masculino, por lo tanto de una muestra de 370 habitantes la mayoría son mujeres, comparando con la investigación que realiza (Jácome, 2015) menciona que “Existen 10.142 habitantes, de los cuales la mayoría son mujeres. Su población parroquial representa el 10,93% del total cantonal”.

Pregunta No.1

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

Tabla N° 2

Gestión actual del GAD

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Muy Buena	157	42%
Buena	199	54%
Regular	9	3%
Mala	5	1%
Total	370	100%

Fuente encuesta marzo 2018

Interpretación

En una pregunta similar según (Ante, 2018) menciona que “De un total de 45.184 habitantes 19.216 de ellos equivalentes al 53.3% , dando un porcentaje mayor a la mitad, considera que el desempeño del GAD es bueno”. Comparando estos datos con los datos obtenidos en la encuesta realizada en el mes de marzo del 2018, podemos decir que del total de 370 habitantes, 199 de ellos equivalentes a un 54%, siendo este el porcentaje mayoritario consideran que la gestión social del GAD es buena, ya que existe una acogida significativa de moradores a convocatorias de carácter formal, como reuniones, juntas, charlas, rendición de cuentas y más.

Pregunta No.2

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

Tabla N° 3
Actividades culturales

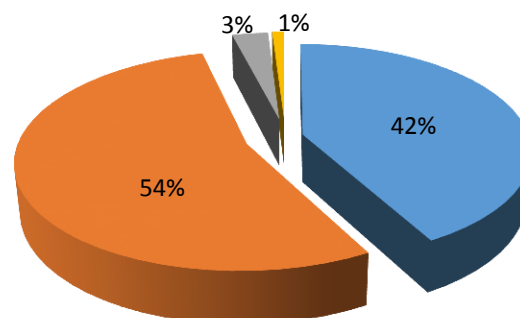
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
-------------	------------	---

Elaboración propia

Gráfico N°2

Gestión actual del GAD

■ Muy Buena ■ Buena ■ Regular ■ Mala



Muy Buena	206	56%
Buena	126	34%
Regular	23	6%
Mala	15	4%
Total	370	100%

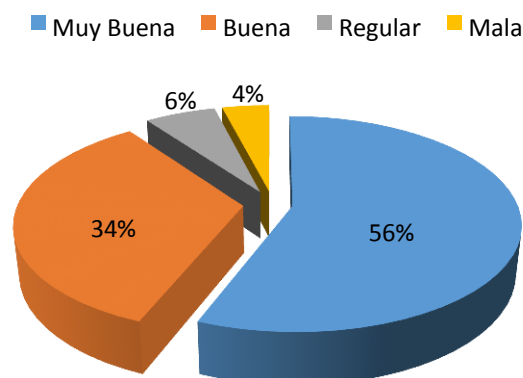
*Fuente encuesta marzo 2018
Elaboración propia*

Gráfico N°3

Actividades culturales

En una pregunta similar según (Ante, 2018) menciona que “De un total de 45.184 habitantes 19.216 de ellos equivalentes al 53.3% , 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 marzo del 2018, podemos decir que del total de 370 habitantes, 206 de ellos equivalentes a un56%, siendo este el porcentaje mayoritario consideran que la gestión cultural del GAD es muy buena, por la gran acogida en los eventos culturales realizados tales como Fiestas de la Parroquia e Inti Raimy.

Interpretación



Pregunta No.3

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

Tabla N° 4**Actividades económicas**

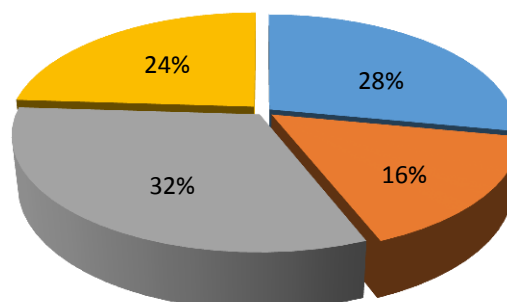
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Muy Buena	104	28%
Buena	56	16%
Regular	120	32%
Mala	90	24%
Total	370	100%

Fuente encuesta marzo 2018

Elaboración propia

Gráfico N°4**Actividades económicas**

■ Muy Buena ■ Buena ■ Regular ■ Mala



Interpretación

En una pregunta similar según (Ante, 2018) menciona que “De un total de 45.184 habitantes 19.216 de ellos equivalentes al 53.3%, dando un porcentaje mayor a la mitad considera que el desempeño del GAD es bueno”. De un total de 370 habitantes, 120 de ellos equivalen a un 32%, siendo este el porcentaje mayoritario, concluyen que consideran que la gestión económica del GAD es regular, ya que no se invierte tanto en obras significativas.

Pregunta No.4

¿ Ha colaborado usted con el GAD en actividades sociales?

Tabla N° 5

Colaboración de la ciudadanía con el GAD en actividades sociales

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	196	53%
No	174	47%
Total	370	100%

Interpretación

(Ante, 2018) menciona que: “ población y aplicando la tasa de crecimie

*Fuente encuesta marzo 2018
Elaboración propia*

Gráfico N°5

Colaboración de la ciudadanía con el GAD en actividades sociales

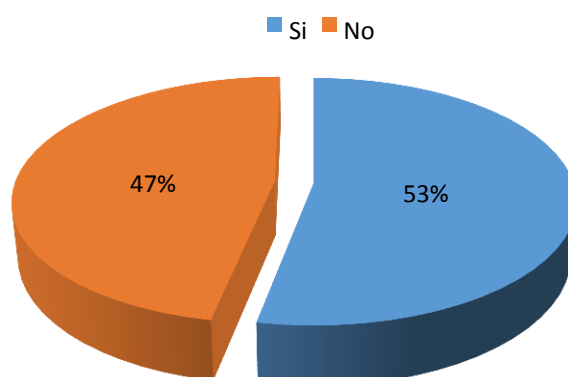
El cálculo de proyección poblacional parte del último censo de
nto poblacional de la agenda 21, en este caso la muestra
poblacional de San Roque es de 10.142 habitantes”. De un total de 370 habitantes, 196 de ellos
equivalen a un 53%, siendo este el porcentaje mayoritario, concluyen que si colaboran en
actividades sociales conjuntamente con el GAD, acudiendo a juntas, reuniones, mingas, marchas
y eventos formales de la parroquia.

Pregunta No.5

¿ Ha colaborado usted con el GAD en actividades culturales?

Tabla N° 6

Colaboración de la ciudadanía con el GAD en actividades culturales



Interpretación

(Ante, 2018) menciona que: “ población y aplicando la tasa de crecimie

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	164	44%
No	206	56%
Total	370	100%

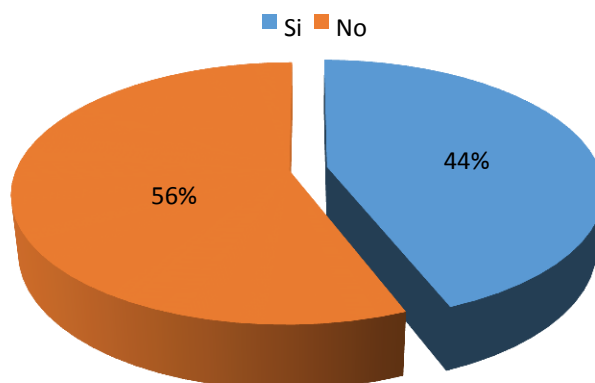
Fuente encuesta marzo 2018

Elaboración propia

Gráfico N° 6

Colaboración de la ciudadanía con el GAD en actividades culturales

El cálculo de proyección poblacional parte del último censo de
nto poblacional de la agenda 21, en este caso la muestra
poblacional de San Roque es de 10.142 habitantes”. De un total de 370 habitantes, 206 de ellos
equivalen a un 56%, siendo este el porcentaje mayoritario, concluyen que no colaboran en



Interpretación

(Ante, 2018) menciona que: “ población

y aplicando la tasa de crecimie

actividades culturales conjuntamente con el GAD, porque el GAD se encarga de realizar las actividades culturales por su propia cuenta.

Pregunta No.6

¿ Ha colaborado usted con el GAD en actividades económicas?

Tabla N° 7

Colaboración de la ciudadanía con el GAD en actividades económicas

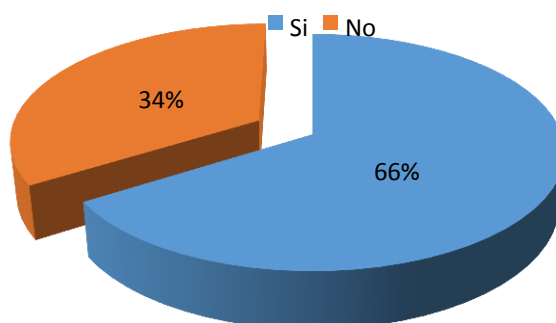
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	243	66%
No	127	34%
Total	370	100%

Fuente encuesta marzo 2018

Elaboración propia

Gráfico N° 7

Colaboración de la ciudadanía con el GAD en actividades culturales



Interpretación

(Ante, 2018) menciona que: “ población y aplicando la tasa de crecimie

El cálculo de proyección poblacional parte del último censo de nto poblacional de la agenda 21, en este caso la muestra poblacional de San Roque es de 10.142 habitantes”. De un total de 370 habitantes, 243 de ellos equivalen a un 66%, siendo este el porcentaje mayoritario, concluyen que si participan en actividades económicas como rifas, limosnas para la Iglesia y aportes significativos para eventos.

Pregunta No.7

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

Tabla N° 8
Socialización de actividades

REVISTA	FRECUENCIA	%
Si	346	94%
No	24	6%
Total	370	100%

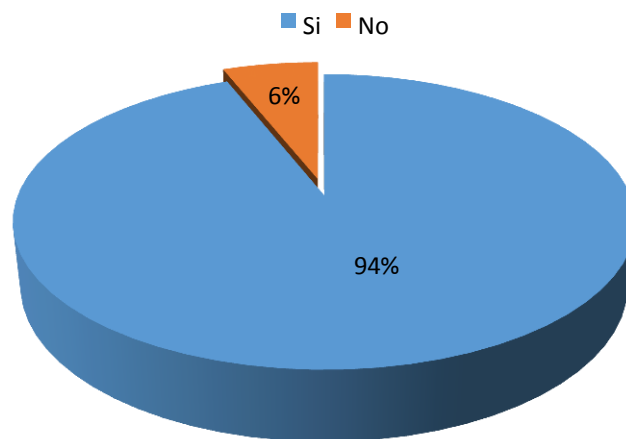
Interpretación

(Ante, 2018) menciona que: “ población
y aplicando la tasa de crecimie

Fuente encuesta marzo 2018

Elaboración propia

Gráfico N° 8 Socialización de actividades



Interpretación

(Iturralde, 2004, pág. 133) menciona que: “Cualquier pieza de diseño tiene esa capacidad fabulosa de trascender en el tiempo y de contener una pequeña parcela de las forms de vida del presente”. Por esta razón los ciudadanos encuestados manifiestan que les gustaría recibir información a través de una revista, expresado cifras 346 ciudadanos equivalentes a un 94% , pero un 6% menciona que no. La revista será impresa ya que la demanda es muy alta y el sector al que se llegará no tiene un crecimiento tecnológico alto para ser una revista digital.

Pregunta No.8

¿Considera que la actual administración del GAD informa periódicamente sus actividades? *Tabla N° 9*

Informe periódico de actividades

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Permanente	153	41%
A veces	203	55%
Nunca	14	4%
Total	370	100%

Interpretación

Fuente encuesta marzo 2018

Elaboración propia

Gráfico N° 9

Informe periódico de actividades

Se debe generar conversas de carácter informativo hacia los moradores en un período constante, pero de San Roque recalca un 55% de la población que expresa que el GAD informa a veces, pero un 41% es permanentemente. (Buitrón, 2018) expresa que: “ Es de primordial importancia mantener informados a nuestros moradores constatemente”.

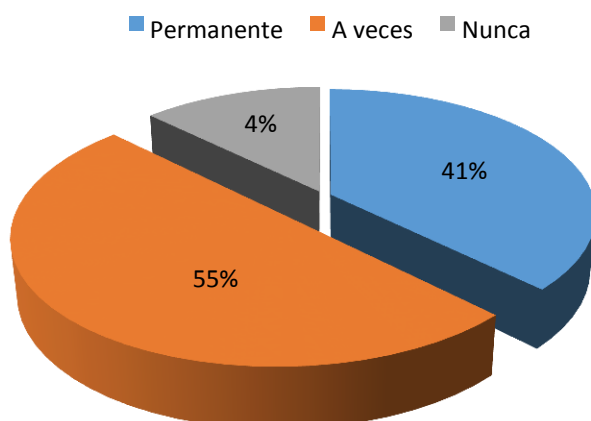
Pregunta No.9

¿Por qué medios recibió la información?

Tabla N° 10

Medios de información

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
En una reunión	105	28%
Facebook	36	10%
Perifoneo	199	54%
Medios impresos	30	8%
Total	370	100%



Interpretación

Fuente encuesta marzo 2018

Elaboración propia

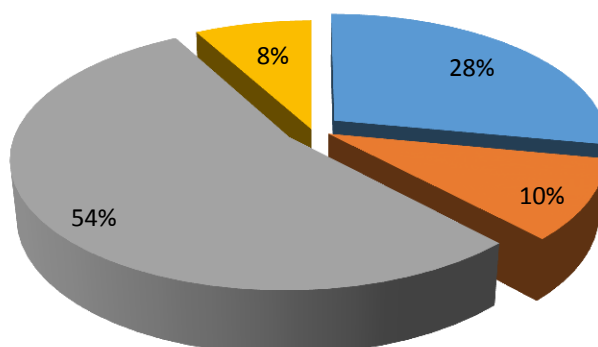
Gráfico N° 10

Medios de información

En la encuesta realizada anteriormente de un total de 370 habitantes, 199 de ellos equivalentes al 54%, es decir más de la mitad de la muestra recibieron información mediante perifoneo, 105 equivalentes al 28% mediante una reunión, además 36 habitantes equivalentes al 10% que se informaron mediante la página de Facebook, y finalmente 30 habitantes equivalentes al 8% que se informaron por medios impresos. Concluyendo, la mayoría de habitantes se informan por medio de un perifoneo así que la creación de una revista es de vital importancia para tener un alto crecimiento de los medios impresos.

Pregunta No.10

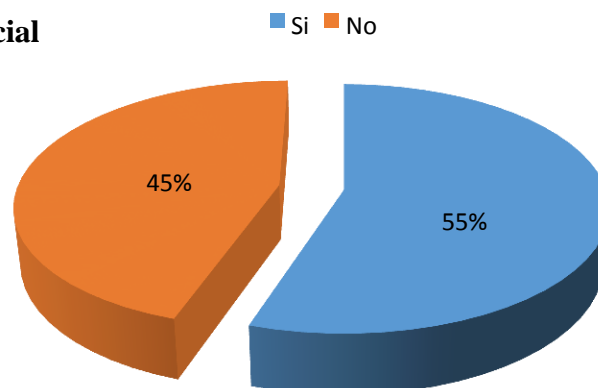
■ En una reunión ■ Facebook ■ Perifoneo ■ Medios Impresos



Interpretación

Interpretación**¿Recibió información relacionado con lo social?****Tabla N° 11****Recibe información social**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	204	55%
No	166	45%
Total	370	100%

*Fuente encuesta marzo 2018**Elaboración propia***Gráfico N° 11****Recibe información social**

Interpretación

(LTDA., 2015) en una pregunta similar menciona que: “La vinculación de la comunidad con el sistema financiero y las entidades que lo constituyen presenta una estructura aun en desarrollo; las estadísticas muestran que el 34.35% de los encuestados utilizan cajero automático, mientras que el 65.65% de la población no hacen uso de este servicio”. De un total de 370 habitantes, 204 de ellos equivalen a un 55% mencionan que si reciben información social, pero 166 habitantes equivalentes al 45% manifiestan que no reciben información social. Concluyendo, la mayoría de habitantes encuestas manifiestan que si participan en actividades sociales que realiza el GAD.

Pregunta No.11

¿Recibió información relacionado con lo cultural?

Tabla N° 12

Recibe información cultural

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	280	76%
No	90	24%
Total	370	100%

Fuente encuesta marzo 2018

Interpretación

(LTDA., 2015) en una pregunta similar menciona que: “La vinculación de la comunidad con el sistema financiero y las entidades que lo constituyen presenta una estructura aun en desarrollo;

Elaboración propia

las estadísticas muestran que el 34.35% de los encuestados utilizan cajero automático, mientras que el 65.65% de la población no hacen uso de este servicio”. De un total de 370 habitantes, 280 de ellos equivalen a un 76% mencionan que si reciben información cultural, pero 90 habitantes equivalentes al 24% manifiestan que no reciben información social. En conclusión el porcentaje no varía mucho entre los habitantes que si reciben información cultural y los que no reciben.

Pregunta No.12

¿Recibió información relacionado con lo económico?

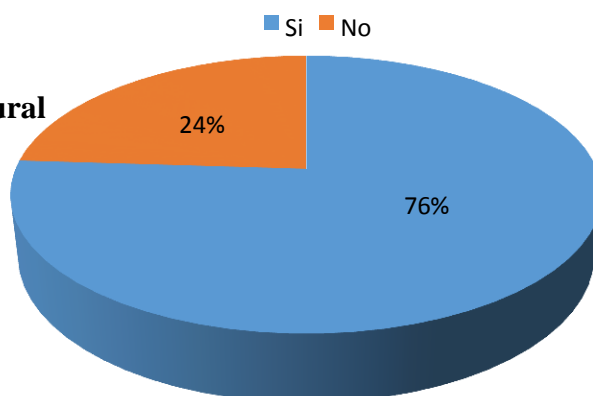
Tabla N° 13

Recibe información económica

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	160	43%

Gráfico N° 12

Recibe información cultural



Interpretación

(LTDA., 2015) en una pregunta similar menciona que: “La vinculación de la comunidad con el sistema financiero y las entidades que lo constituyen presenta una estructura aun en desarrollo;

No	210	57%
Total	370	100%

Fuente encuesta marzo 2018

Elaboración propia

las estadísticas muestran que el 34.35% de los encuestados utilizan cajero automático, mientras que el 65.65% de la población no hacen uso de este servicio”. De un total de 370 habitantes, 210 de ellos equivalen a un 57% mencionan que no reciben información económica, pero 160 habitantes equivalentes al 43% manifiestan que si reciben información económica. En conclusión la mayoría de habitantes no reciben información económica.

Pregunta No.13

¿La información recibida considera que fue?

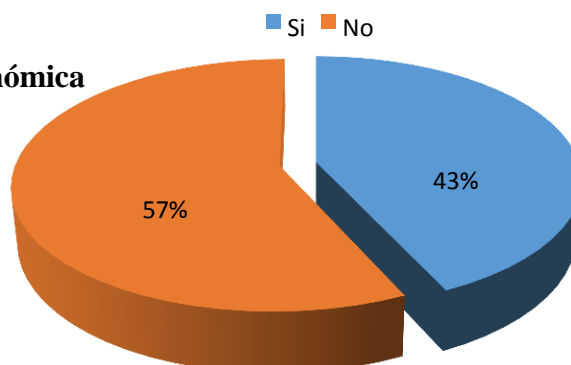
Tabla N° 14

Información recibida

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
-------------	------------	---

Gráfico N° 13

Recibe información económica



Interpretación

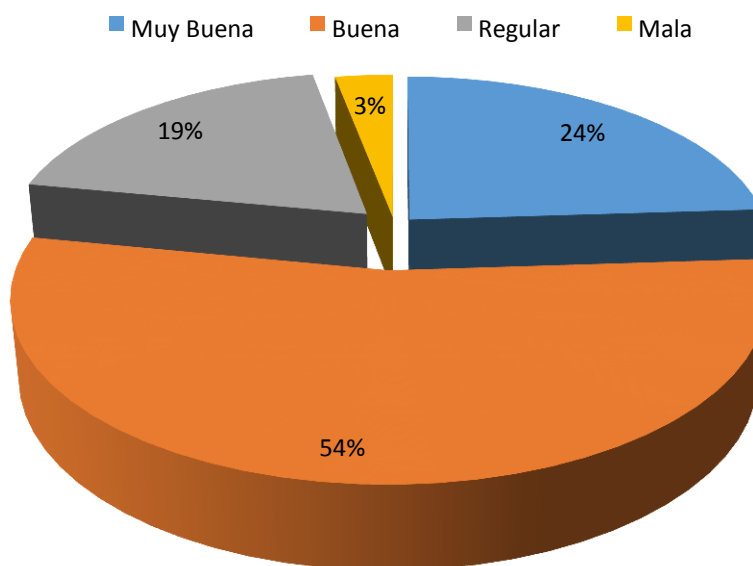
(LTDA., 2015) en una pregunta similar menciona que: “La vinculación de la comunidad con el sistema financiero y las entidades que lo constituyen presenta una estructura aun en desarrollo;

Muy Buena	91	24%
Buena	199	54%
Regular	70	19%
Mala	10	3%
Total	370	100%

Fuente encuesta marzo 2018

Elaboración propia

Gráfico N° 14
Información recibida



Interpretación

(LTDA., 2015) en una pregunta similar menciona que: “La vinculación de la comunidad con el sistema financiero y las entidades que lo constituyen presenta una estructura aun en desarrollo; las estadísticas muestran que el 34.35% de los encuestados utilizan cajero automático, mientras que el 65.65% de la población no hacen uso de este servicio”. De 370 habitantes de una muestra, 91 de ellos equivalen al 24% mencionan que la información que recibieron es muy buena, 199 equivalen al 54% mencionan que es buena, 70 de ellos equivalen al 19%, mencionan que es regular y finalmente, 10 de ellos equivalente al 3% mencionan que es mala. En conclusión la mayoría manifiestan que la información recibida es buena.

3.2. Entrevista realizada al presidente del GAD de la parroquia rural de San Roque del cantón Antonio Ante de la provincia de Imbabura en su oficina: Sr. Franklin Renato Buitrón Lomas

ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA

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

Tengo el cargo de presidente desde mayo del 2014, alrededor de 4 años.

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

Nosotros usamos el GAD parroquial como principal fuente de información, perfioneos a través de vehículos y colocación de medios impresos informativos en las tiendas y lugares comerciales de la parroquia.

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

trabajado en con el apoyo del municipio ya que San Roque es la parroquia rural más grande del Cantón y es la primera en ubicación por la parte Sur hacia Antonio Ante e Ibarra.

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

Nosotros tenemos varias festividades de gran magnitud, como es el evento de la parroquialización de San Roque y las fiestas a nuestro Santo y Patrón ya mencionado, celebramos el Inti Raymi, y mantenemos aún tradiciones de nuestros antepasados como los telares en el tejido, el juego de la pelota de mano, las carreras de coches de madera; además tenemos lugares patrimoniales como la Iglesia de San Roque y otros que son fuente turística como el Artesón.

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

Nosotros no contamos con una persona especializada y que se dedique directamente a la promoción de la gestión social, cultural y económica del GAD, tenemos compañeros en diferentes cargos pero dentro de este no.

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

Se tiene un presupuesto para la promoción cultural asignado del \$15.000 que es usado únicamente cuando llegan los eventos culturales de mayor magnitud.

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?*

Considero que es de primordial importancia mantener a nuestra parroquia informada, por lo que siempre se realiza reuniones y finalmente la rendición de cuentas.

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

Por supuesto, la publicación de información en un medio tradicional escrito es algo que de alguna forma ayudará a la población de la parroquia donde se informará todo lo relacionado al ámbito social, cultural y económico del GAD.

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

Me gustaría que se mencione el rescate de nuestro Parque Temático El Artesón que surgió como ayuda al medio ambiente, al ser un proyecto de reciclaje de materiales.

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

En su mayoría pertenecen al servicio público, y algunos casos a la industria textil y de la cabuya.

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

Como ya mencioné anteriormente dentro de la parroquia contamos con varios eventos culturales que se convierten en los mayores atractivos de la parroquia en determinadas fechas como las fiestas de parroquialización y fiestas en honor a San Roque, seguidas del Inti Raymi, pero diariamente encontramos el parque Temático El Artesón, La iglesia de

San Roque y el juego de la pelota de mano que se realiza todos los días a partir de las 5 de la tarde cerca del parque principal.

12. ¿Tal vez sabe ud. cuál es el nivel de estudio de los moradores de la parroquia rural? En su mayoría han terminado la escuela, actualmente en las unidades educativas el bachillerato, solo un porcentaje mínimo asciende a lo que es el nivel superior, de forma general los moradores de la parroquia están en un nivel medio de estudio.

3.3. FODA

3.3.1 Fortalezas

- Personal profesional de trabajo en el GAD.
- El gobierno cantonal tiene una articulación con el gobierno parroquial.
- Ubicación cercana para la difusión de información.

3.3.2 Oportunidades

- Convenios con el GAD Cantonal de Antonio Ante.
- Crecimiento de la parroquia a nivel local, regional y nacional.
- Publicar una revista impresa, ya que la difusión de información en medios impresos es escasa y la mayoría de moradores manifiestan la importancia y necesidad de su diseño.

3.3.3 Debilidades

- Los moradores de la parroquia no tienen mucho apego al GAD por lo que la colaboración en diversas situaciones es mínima.
- La difusión masiva referente a eventos no es apropiada por lo que no todos los moradores reciben la información.
- No usar los medios de comunicación de forma acertada hace que los moradores de la parroquia no concurren significativamente a las asambleas que el presidente del GAD convoca.

3.3.4 Amenazas

- La población no crece tecnológicamente, así que es fundamental realizar la publicación impresa de la revista.
- La población en su mayoría se dispersa en el sector rural.
- La información proporcionada no es distribuida en algunas zonas correctamente.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

4.1. Título de la Propuesta

PROMOCIÓN SOCIAL, CULTURAL Y ECONÓMICA DEL GAD PARROQUIAL RURAL DE SAN ROQUE

4.2. Justificación

La propuesta está creada con el fin de ayudar a los moradores de la parroquia rural de San Roque, de esta forma se dará a conocer todo lo relacionado a la promoción, es la razón para la creación de una revista , que permita conocer los ámbitos sociales, culturales y económicos, para el beneficio de los moradores.

Para la parroquia se creó un manual de imagen corporativa que establece; el uso de la marca “San Roque”, colores, contextualización, tipografía, usos adecuados, papelería y aplicaciones.

Además se diseña una revista denominada “San Roquito”, que contiene datos específicos de las actividades que realiza el GAD, y servirá como una fuente informativa para la población. Una de las secciones está dedicada en forma de homenaje a las personas más representativas de la parroquia.

4.3. Fundamentación minimarco teórico

Esta propuesta considera como aspecto principal el Diseño Editorial, que en el manual de imagen corporativa y la revista usan un sistema de retícula modular, que es adaptable y fácil de crear dependiendo de la necesidad y requerimiento. El diseño editorial se encarga de la organización de los elementos visuales previos a su impresión o publicación como textos, imágenes o en ocasiones elementos multimedia.

(Andrés) menciona que: “El diseño editorial es uno de los escaparates más competitivos en el mundo del diseño gráfico, su originalidad posiciona revistas, prensa, brochures, libros, como unos soportes donde el texto junto con las imágenes impulsa con precisión la eficacia del mensaje”.

Dentro de la Edición encontramos una división según el origen y destino de su creación. Estos son:

Editoriales: Son realizadas dentro de una editorial como los libros, folletos, entre otros.

Paraeditoriales: Son publicaciones periódicas como diarios y revistas.

Comerciales: Es de carácter publicitario como la creación de tarjetas, calendarios, entre otros.

La cantidad de hojas que tenga el impreso editorial determinará su división:

Hoja suelta: De una y cuatro páginas.

Folleto: Entre cinco y va hasta las cuarenta y ocho páginas.

Libro: Se considera libro si tiene más de cuarenta y nueve páginas.

(Andrés) manifiesta que: “La estructura es la parte fundamental dentro del diseño de la publicación”. Dentro del diseño editorial encontramos varios elementos como el formato, el tamaño, la estructura de la página, los márgenes y la retícula.

4.4. Objetivos

4.4.1. General

- Diseñar una revista informativa y publicarla para aumentar la promoción de la gestión social, cultural y económica del GAD parroquial rural de San Roque.

4.4.2. Específicos

- Proponer la imagen corporativa que servirá de diferenciador y reconocimiento del GAD internamente y externamente de la parroquia.
- Enunciar las actividades sociales, culturales y económicas del GAD, mediante el uso correcto del diseño editorial.
- Difundir la revista digital en diversos medios y sectores para promocionar la gestión social, cultural y económica.

4.5. Ubicación Sectorial y Física (MAPA)

País: Ecuador

Provincia: Imbabura

Ciudad: Antonio Ante

Institución: GAD Parroquial Rural de San Roque

Beneficiarios: Autoridades, moradores, turistas nacionales y extranjeros.

4.6. Desarrollo de la propuesta

4.6.1. Misión

San Roquito es una revista creada con el objetivo de ser una excelente fuente informativa para un amplio sector de la población, mediante la correcta selección de contenido expuesto de la parroquia de San Roque .

4.6.2. Visión

Desde la actualidad hasta el año 2020 la revista San Roquito pretende ser el medio informativo más eficaz de la historia de la parroquia, además aportar significativamente al desarrollo social, cultural y económico.

4.6.3. Valores

San Roquito se ha creado usando varios valores expresados en la revista como:

Lealtad: Para potenciar las fortalezas existentes en la organización y desarrollar nuevas capacidades orientadas al servicio y al cliente.

Trabajo: Ofreciendo a los clientes un trato personalizado, humano y cercano, sintonizando con sus expectativas y estilos de vida, mostrando en todo momento una vocación de servicio.

Transparencia: Con el bienestar de los clientes, a través de una excelente calidad de servicio y de productos cada vez mejores.

4.6.4. Bocetos de la imagen corporativa

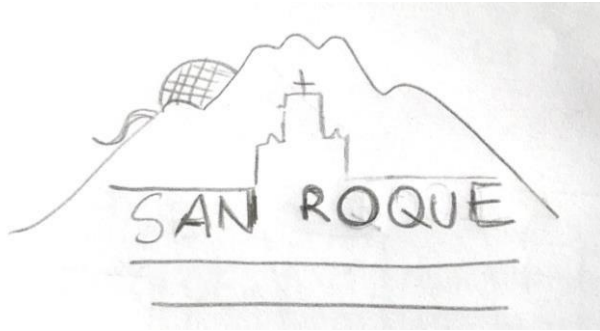


Figura No 7.- Boceto para la creación de la imagen corporativa
Fuente: Jonathan Terreros

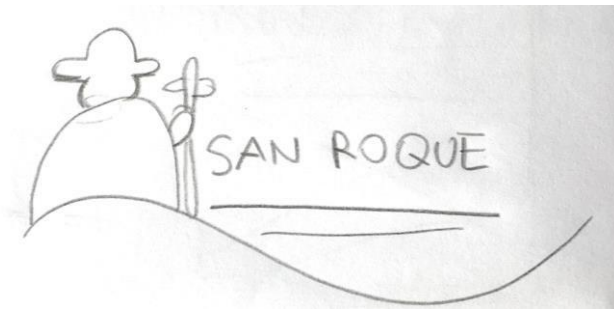


Figura No 8.- Boceto para la creación de la imagen corporativa
Fuente: Jonathan Terreros

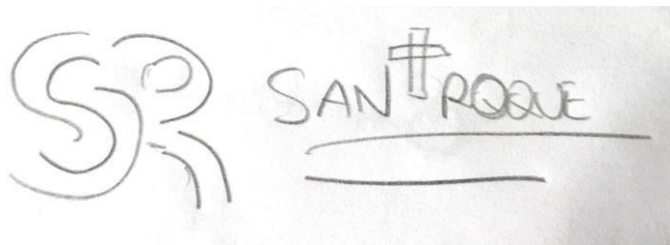


Figura No 9.- Boceto para la creación de la imagen corporativa
Fuente: Jonathan Terreros

Se generan 3 bocetos que representan los atractivos de la parroquia rural de San Roque; las siglas de su nombre, la Iglesia de San Roque que es patrimonio cultural, el Volcán Imbabura y la imagen de su santo patrono. Posteriormente, quedó definido el Volcán Imbabura visto desde San Roque, la Iglesia, y un ovillo de cabuya estilizado representando al sol y que juntos componen el imagotipo y también se eligió los diferentes tonos cromáticos, es por eso que los colores que se utilizan son verde y amarillo que identifican la bandera de la parroquia.



Volcán Imbabura Iglesia de San Roque Ovillo de cabuya

Figura No.10.- Fotografías del Volcán Imbabura, Iglesia de San Roque y ovillo de cabuya.



Fuente: Jonathan Terreros

4.1.2. Digitalización de la imagen corporativa

Figura No.11.- Digitalización de la imagen en el software Ilustrador

Fuente: Jonathan Terreros



Figura No.12: Digitalización de la imagen en el software Ilustrador

Fuente: Jonathan Terreros



Figura No.13: Portada y contraportada del Manual de Identidad corporativa Fuente: Jonathan Terreros

	<p style="text-align: center;">MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA ÍNDICE</p> <p>1. LA MARCA - Pág. 4</p> <p>2. CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN - Pág. 5</p> <p>3. EL COLOR - Pág. 11</p> <p>4. TIPOGRAFÍA - Pág. 15</p> <p>5. USOS NO CORRECTOS - Pág. 16</p> <p>6. PAPELERÍA - Pág. 19</p> <p>7. APLICACIONES - Pág. 20</p> <p>8. TERMINOLOGÍA -Pág. 21</p>
--	--

Figura No.14: Presentación Inicial del Manual de Identidad corporativa Fuente: Jonathan Terreros

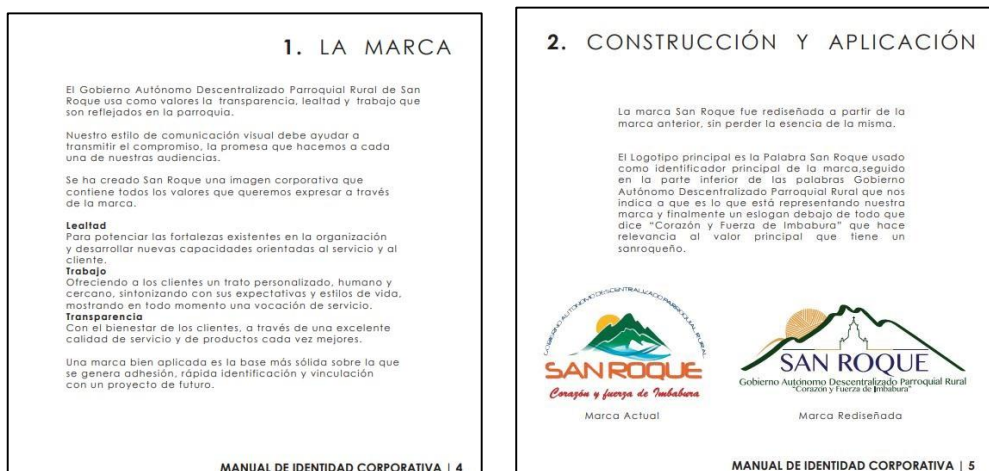


Figura No.15: Presentación y desarrollo del manual de identidad Fuente: Jonathan Terreros

En cada uno de los ítems de contenidos se encontrará:

- **La Marca.-** Se encontrará terminología referente a la creación de una marca, los valores que refleja, cual es su filosofía y de que manera ayudará a la parroquia.
- **Construcción y aplicación.-** Contiene la información de donde surgió cada elemento visual, que representa cada uno.
- **El color.-** Nos habla acerca de las diferentes tonalidades manejadas con su respectivo significado, tanto en tipografía como en el resto de elementos visuales.
- **La Tipografía.-** Tiene información acerca del uso de la tipografía seleccionada, de donde surgió y porque fue seleccionada para nuestra marca.
- **Uso adecuado.-** Nos muestra los usos indebidos para la aplicación de nuestra marca como deformación o suplantación de colores o elementos.

- **Papelería.-** Contendrá la papelería de uso corporativo con su respectivo formato, tipo de impresión, tamaño, material, , para los diferentes materiales institucionales como son: hojas membretadas, sobres para oficio, sobres para cd o dvd, cd, credenciales para servidores.
- **Aplicaciones.-** Muestra simulaciones de como quedaría nuestra marca ya aplicada en diferentes soportes y materiales.
- **Terminología.-** Recopila las palabras más relevantes usadas en el manual con su respectivo significado para una fácil comprensión.



Figura No.16: Portada y contraportada de la revista San Roquito Fuente: Jonathan Terreros



Figura No.17: Páginas internas de la revista San Roquito (preliminares)

Fuente: Jonathan Terreros



Figura No.18: Páginas internas de la revista San Roquito (créditos y contenidos)
Fuente: Jonathan Terreros



Figura No.19: Sección UNA MIRADA
Fuente: Jonathan Terreros



Figura No.20: Sección UNA MIRADA Fuente: Jonathan Terreros



Figura No.21: Sección ESTA ES MI TIERRA Fuente: Jonathan Terreros

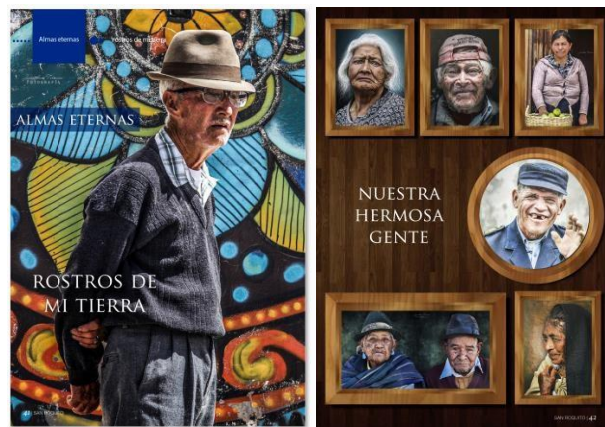


Figura No.22: Sección ALMAS ETERNAS Fuente: Jonathan Terreros

4.7. Impactos

4.7.1. Impacto social

La revista tiene gran importancia porque es un medio informativo de las diversas actividades que realiza el GAD, difundido a nivel nacional, provincial y parroquial, cuanto la comunidad va efectuando.

4.7.2. Impacto cultural

La parroquia posee diferentes costumbres y tradiciones, presentadas en la revista que sirven como fuente informativa, a su vez muestra la riqueza cultural y ancestral que goza San Roque.

4.7.3. Impacto económico

Existe un espacio donde se señala las industrias de la parroquia, los cuales generan ingresos para la parroquia, el crecimiento del turismo será notorio gracias a la masiva difusión de la revista.

4.7.4. Impacto tecnológico

El trabajo social, cultural y económico se visualiza a través de redes sociales y medios tradicionales, se debe educar a los pobladores del uso de nuevas tecnologías.

4.8. Difusión

La presente investigación y propuesta fue socializada en la parroquia tanto a los moradores como a sus autoridades, para dar a conocer la utilización de la marca rediseñada y también la creación de la revista, posteriormente a su publicación impresa y digital. La revista “San Roquito” es una edición única, que no continuará con más ediciones una vez difundida.

4.9. Conclusiones

- La imagen corporativa de San Roque está creada sin usar principios del diseño.
- Escasa promoción de la gestión social, cultural y económica de la parroquia.
- Existe un mínimo soporte bibliográfico en la parroquia que ayude a consolidar propuestas encaminadas a la difusión de una revista informativa.
- No se ha realizado una revista como medio informativo dentro de la parroquia.

4.10. Recomendaciones

- Aplicar el rediseño de la imagen corporativa de San Roque como principal identificador de la parroquia y su correspondiente manual de identidad.
- Socializar las actividades mediante una revista impresa como una respuesta a las necesidades de la comunidad, y así llegar a la población que no tiene familiaridad con los medios digitales e internet.
- La revista “San Roquito” es una estrategia de promoción factible ya que no existe una persona destinada directamente a la creación de esto, y servirá como fuente de información acerca del pasado, presente, el pensamiento y las actividades que realiza el GAD parroquial rural de San Roque.

4.11. Contestación a las preguntas de investigación

¿Cuáles son los fundamentos técnicos y científicos referentes al diseño y promoción de la gestión social, cultural y económica de los gobiernos autónomos descentralizados mediante la construcción de un marco teórico?

Se aplica el formato de trabajo de grado de la Universidad Técnica del Norte, sustentado con información bibliografía primaria y secundaria, posteriormente se realizó un FODA de la localidad, tomando en cuenta al Santo Patrón San Roque para el nombre “San Roquito”.

También se realizó un manual de imagen corporativa, que establece sus reglas de uso.

¿Es importante realizar un diagnóstico técnico a los funcionarios del GAD y a la comunidad de la parroquia rural de San Roque, que permita conocer la situación actual de la promoción de la gestión social, cultural y económica?

Si, se realizó un diagnóstico técnico donde las principales fuentes informativas fueron los miembros del GAD Parroquial y los pobladores, utilizando la encuesta para realizar un análisis

acerca de la escasa promoción existente y la necesidad de la población por informarse acerca de las actividades que realiza el GAD , finalmente se diseñó una revista como solución informativa de los aspectos sociales, culturales y económicos.

¿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 San Roque?

El diseño está realizado en el software Adobe InDesign, que es una aplicación creada para diseño editorial. Los moradores manifiestan la necesidad de una revista informativa de la gestión social, cultural y económica que a su vez permitirá incrementar el turismo y la economía en la parroquia.

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

- **Analítica:** Pertenece o relativo al análisis.
 - **Asimetría:** Carencia de simetría.
 - **Beneficiario:** Aplícase a la persona quien recibe un beneficio.
 - **Color:** Impresión que producen en la retina los rayos de luz reflejados por un cuerpo.
 - **Destino:** Señalamiento de una cosa para un fin determinado.
 - **Diagramador:** Persona que tiene por oficio diagramar.
- Dirección:** Camino, rumbo, trayectoria.
- Distancia:** Espacio de lugar o tiempo entre dos cosas o sucesos.
- **Énfasis:** Fuerza de expresión con lo que se pretende realzar la importancia de lo que se dice.
 - **Estilo:** Modo o forma que hace único a algo.
 - **Forma:** Figura exterior de la materia.
 - **Gestión:** Acción y efecto de administrar algo.

- **Investigar:** Realizar diligencias para averiguar una cosa.
 - **Jerarquía:** Orden o grado de otras personas o cosas.
 - **Lingüística:** Ciencia del lenguaje, estudio filosófico comparativo de las lenguas.
 - **Manual:** Libro que está compendiado lo más substancial de una materia.
 - **Objetivo:** Relativo al objeto en sí y no a nuestro modo de pensar o sentir.
 - **Parroquia:** Territorio de menor rango que la ciudad.
- Rural:** Pertenciente al campo y sus alrededores, fuera de lo urbano.
- **Síntesis:** Composición de un todo mediante la unión de sus partes.
 - **Tipografía:** Arte de escribir e imprimir.
 - **Visual:** Pertenciente a la vista.
 - **Volcán:** Abertura en la tierra, y más comunmente en una montaña, por donde surgen humo, llamas y materias en ignición o derretidas.
 - **Web:** Conjunto de información que se encuentra en una dirección determinada de internet.

Fuente: (Sopena, 1981)

4.13. Referencias Bibliográficas

Bibliografía

(s.f.).

(Portal monografías.com). (s.f.).

Andrés, D. Z. (s.f.). *Introducción al Diseño Editorial*. Madrid .

Ante, G. P. (2018). *Antonio Ante Tejiendo Desarrollos*.

Arellano, D. R. (2000). *Marketing - Enfoque América Latina*. McGraw-Hill .

Bach, A. R. (2014). *Gestión económica y financiera de la empresa*. Madrid.

Beaumont, M. (2016). *Gestión Social Estrategia y Creación del Valor*. Lima - Perú:
PUBLICIDAD IMPRESA A – 1 S.A.C.

Biedermann, A. M. (s.f.). *Introducción al Diseño Gráfico y Comunicación* .

Buitrón, F. R. (Compositor). (2018). Entrevista .

CELAEP, E. T. (2015). *Consultoría de “Actualización y sistematización del Plan de Desarrollo y ordenamiento territorial del Cantón Antonio Ante de la Provincia de Imbabura*. Antonio Ante .

Círculo de Lectores. (2004). *Maravilloso Ecuador*. Colombia.

Cordona, M. d. (2010). *Guía del Diseño Editorial para revistas de divulgación académica*.
Medellín.

González, R. M. (2010). *MARKETING EN EL SIGLO XXI (3ª EDICION)*. CENTRO
ESTUDIOS .

Gutierrez, I. J. (2011). *Identidad corporativa*. Argentina.

Ind, N. (1990). *La Imagen Corporativa Estrategias para desarrollar programas de identidad eficaces* . Madrid: Lavel S.A. Humanes.

INEC. (2001).

Iturralde, P. (2004). *Duales y recíprocos*. Quito: Imprenta Mariscal.

Jácome, C. A. (2015). *Actualización PD y OT Parroquia Rural San Roque*.

LTDA., G. C. (2015). *ACTUALIZACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO
TERRITORIAL DE LA PARROQUIA RURAL QUINCHE*.

Mendoza, A. T. (2014). *Hacia una definición*. Juárez.

Mobare, S. E. (2005). *Actitud de los Consumidores frente a las Promociones de venta*. Chile.

Moreno, M. M. (2006). *Gestión Cultural, comunicación y desarrollo - Teoría y práctica*.
México.

Ochoa, C. (2013). *CALCULADORA DE MUESTRAS*.

PDOT, I. C. (2010 - 2011).

Portal marketingdirecto.com. (s.f.).

Posso, M. (2011). *Proyectos, tesis y marco lógico planes e informes de investigación* .
QuitoEcuador: Noción imprenta.

Sopena, E. (1981). *Diccionario Karten Ilustrado* . Buenos Aires: Editorial Sopena Argentina.

Terán, G. R. (s.f.). San Roquito . *San Roquito Centenario de Parroquialización* , 8.

Thompson, I. (2006). *Definición de Vendedor.*

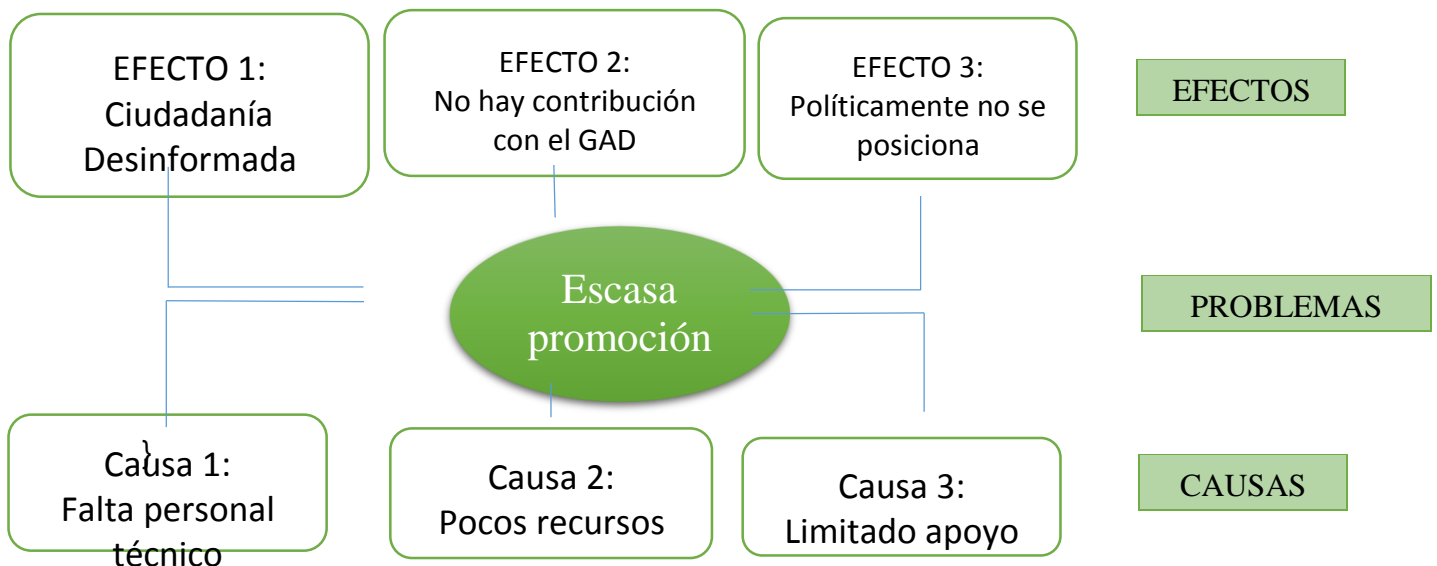
Vilchis, L. d. (2002). *METODOLOGIA DEL DISEÑO; FUNDAMENTOS TEÓRICOS.* México.

Wong, W. (1995). *Fundamentos del Diseño.*

Anexos

Anexo No 1.

Árbol de problemas



Anexo No 2***Matriz de coherencia*****Anexo No 3**

Problema	Objetivo General
Escasa promoción de la gestión social, cultural y económica del GAD parroquial rural de San Roque	Informar la gestión social, cultural y económica que el GAD de la parroquia de San Roque del cantón Antonio Ante desarrolla mediante el diseño de estrategias de promoción.
Interrogantes de Información	Objetivos específicos
<p>¿Cuáles son los fundamentos técnicos y científicos referentes 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 importante realizar un diagnóstico técnico a los funcionarios del GAD y a la comunidad de la parroquia rural de San Roque, que permita conocer la situación actual 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 San Roque?</p>	<p>-Sentar las bases técnicas y científicas relacionadas al diseño y la promoción de la gestión social, cultural y económica del GAD de San Roque.</p> <p>-Realizar un diagnóstico técnico a los funcionarios del GAD y a la comunidad de la parroquia rural de San Roque 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 de la parroquia rural de San Roque.</p>

Matriz diagnóstica Anexo No 4
Encuesta

Objetivo del diagnóstico	VARIABLES del diagnóstico	Indicadores	Técnicas	Fuentes de información
Sentar	Promoción de la gestión social, cultural y económica del GAD Parroquial Rural San Roque	Arte	Encuesta y entrevista	Autoridades del GAD y moradores de la parroquia
		Experiencias		
		Cultura		
		Ingresos		
		Rendición de cuentas		
		Gastronomía		
		Deportes		
		Tradición		
		Forma de ser		
		Música		
		Fuente de economía		
		Saberes		
Diseñar	Manual de Identidad Corporativa y Revista	Presupuesto	Observación	Autoridades del GAD y moradores de la parroquia
		Reseña histórica		
		Ubicación		
		Extensión		
		Símbolos patrios		
		Lugares turísticos		
		Fotografías		
		Personajes		
		Criterios gráficos		
Industrias				
Publicidad				



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

ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE LA PARROQUIA RURAL DE SAN ROQUE

- 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:

Genero 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?**
 SI NO
 () ()
5. **¿Ha colaborado usted con el GAD en actividades culturales?**
 SI NO
 () ()
6. **¿Ha colaborado usted con el GAD en actividades económicas?**
 SI NO
 () ()
7. **¿Considera importante que el GAD socialice sus actividades mediante?**
 SI NO
 Página web () ()
 Revista () ()
 Otros medios (Indique)
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?**
 SI NO
 En una Reunión () ()
 Página Web () ()
 Facebook () ()
 Twitter () ()
 Perifoneo () ()
 Radio () ()
 Tv () ()
 Medios Impresos () ()
 Otros medios (indique).....
10. **¿Recibió información relacionado con lo social?**
 Si No
 () ()

11. ¿Recibió información relacionado con lo cultural?

Si () No ()
()

12. ¿Recibió información relacionado con lo económico?

Si () No ()
()

13. ¿La información recibida considera que fue?

Muy Buena () Buena () Regular () Mala ()

Anexo No 5

Entrevista

Entrevista realizada al presidente del GAD de la parroquia rural de San Roque del cantón

Antonio Ante de la provincia de Imbabura en su oficina: Sr. Franklin Renato Buitrón

Lomas

1. *¿Cuánto tiempo está en su cargo de presidente del GAD?*
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 la 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 una revista digital, en la 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. ¿A que se dedican la mayoría de moradores de la parroquia?

11. ¿Cuáles son los mayores atractivos de la parroquia?

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

Anexo No 6

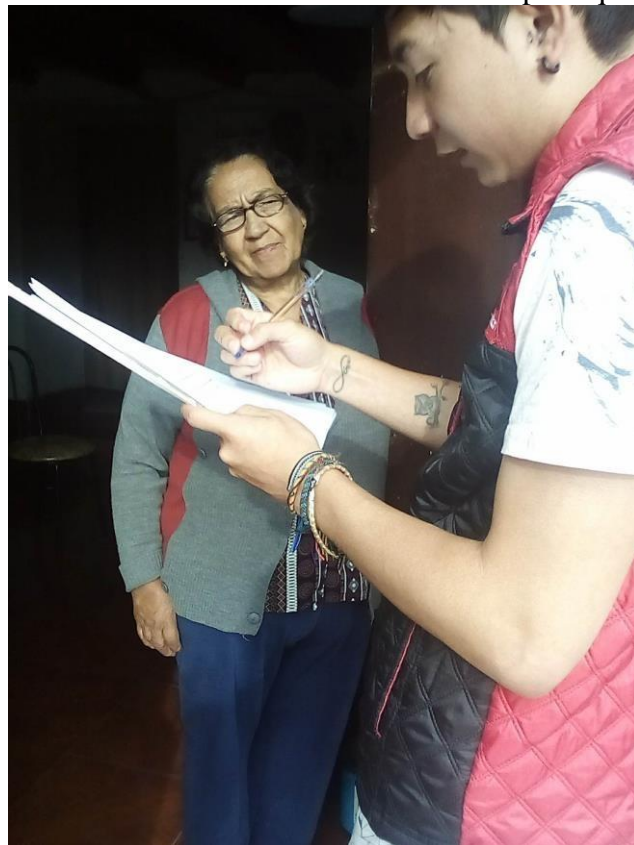
Fotografías



Aplicación de la entrevista al Sr. Franklin Buitrón Presidente del GAD de San Roque



Aplicación de la encuesta a los moradores de la parroquia





Aplicación de la encuesta a los moradores de la parroquia
Recolección de información





Aplicación de la encuesta a los moradores de la parroquia
Aplicación de la encuesta a los moradores de la parroquia



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1005125370		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Terreros Monteros Jonathan Josue		
DIRECCIÓN:	Otavalo, Cdla. Los Lagos		
EMAIL:	jonithoterreros@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062930070	TELÉFONO MÓVIL:	0969926835
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	PROMOCIÓN DE LA GESTIÓN SOCIAL Y CULTURAL Y ECONÓMICA DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE LA PARROQUIA RURAL DE SAN ROQUE DEL CANTÓN ANTONIO ANTE DE LA PROVINCIA DE IMBABURA		
AUTOR:	Terreros Monteros Jonathan Josue		
FECHA:	2018/08/03		
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO		
TITULO POR EL QUE OPTA:	Licenciatura en Diseño Gráfico		
ASESOR /DIRECTOR:	Msc. Marco López		

2. CONSTANCIAS

La autora manifiesta 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 la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

En la ciudad de Ibarra, a los 20 días del mes de agosto del 2018

EL AUTOR



Jonathan Josue Terreros Monteros

C.I.: 100512537-0