



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA:

“PROMOCIÓN DE LA GESTIÓN SOCIAL, CULTURAL Y ECONÓMICA DEL GAD DE LA PARROQUIA RURAL DE SAN FRANCISCO DE NATABUELA DEL CANTÓN ANTONIO ANTE DE LA PROVINCIA DE IMBABURA”

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

Línea de investigación: Desarrollo Artístico, Diseño y Publicidad

Autores: Valeria Narciza Muñoz Vallejos
Xavier Vladimir Santacruz Aguas

Directora: Msc. Nelly Patricia Acosta Ortiz

Ibarra, Julio 2018

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

Luego de haber sido designada por el Honorable Consejo Directivo de la Facultad Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte de la ciudad de Ibarra, he aceptado con satisfacción participar como directora de tesis del siguiente tema: “PROMOCIÓN DE LA GESTIÓN SOCIAL, CULTURAL Y ECONÓMICA DEL GAD DE LA PARROQUIA RURAL DE SAN FRANCISCO DE NATABUELA DEL CANTÓN ANTONIO ANTE DE LA PROVINCIA DE IMBABURA”, trabajo realizado por los señores egresados: Valeria Narciza Muñoz Vallejos , Xavier Vladimir Santacruz Aguas, previo a la obtención del título de Licenciados en Diseño Gráfico.

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

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



MSc. Nelly Acosta O.
DIRECTORA

**APROBACIÓN DEL TRIBUNAL
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTA DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

Los miembros del tribunal aprueban el informe de investigación, sobre el tema: “PROMOCIÓN DE LA GESTIÓN SOCIAL, CULTURAL Y ECONÓMICA DEL GAD DE LA PARROQUIA RURAL DE SAN FRANCISCO DE NATABUELA DEL CANTÓN ANTONIO ANTE DE LA PROVINCIA DE IMBABURA”, trabajo realizado por los señores egresados: Valeria Narciza Muñoz Vallejos, Xavier Vladimir Santacruz Aguas, previo a la obtención del título de Licenciados en Diseño Gráfico.

Ibarra, 11 de Julio de 2018

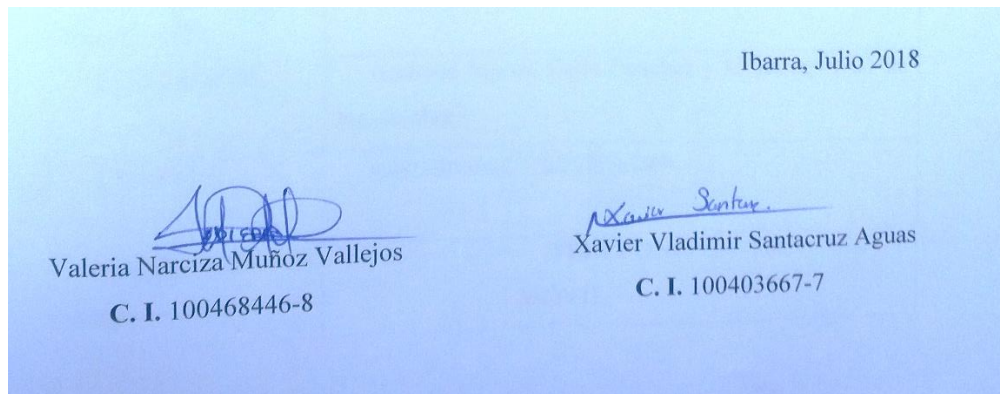
Para constancia firman



AUTORÍA

El presente trabajo de investigación:

“PROMOCIÓN DE LA GESTIÓN SOCIAL, CULTURAL Y ECONÓMICA DEL GAD DE LA PARROQUIA RURAL DE SAN FRANCISCO DE NATABUELA DEL CANTÓN ANTONIO ANTE DE LA PROVINCIA DE IMBABURA”, es original, autentica y personal, en tal virtud el contenido, efectos legales y académico que se desprenden del mismo son exclusiva responsabilidad de los autores.





UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	DE	100468446-8	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Y	Muñoz Vallejos Valeria Narciza	
DIRECCIÓN:	Andrade Marín, Calle Sánchez y Cifuentes y 21 de Noviembre		
EMAIL:	valeriamunoz70@yahoo.com		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL	0967540107

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“PROMOCIÓN DE LA GESTIÓN SOCIAL, CULTURAL Y ECONÓMICA DEL GAD DE LA PARROQUIA RURAL DE SAN FRANCISCO DE NATABUELA DEL CANTÓN ANTONIO ANTE DE LA PROVINCIA DE IMBABURA”.
AUTOR (ES):	Muñoz Vallejos Valeria Narciza
FECHA: AAAAMMDD	2018/08/01
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Título de Licenciada en Diseño Gráfico
ASESORA /DIRECTORA:	Msc. Nelly Acosta Ortiz



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	DE	100403667-7	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Y	Santacruz Aguas Xavier Vladimir	
DIRECCIÓN:	Atuntaqui, calle Germán Játiva e Imbabura 1 13-49		
EMAIL:	santacruzxavier10@gmail.com		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL	0991536951

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“PROMOCIÓN DE LA GESTIÓN SOCIAL, CULTURAL Y ECONÓMICA DEL GAD DE LA PARROQUIA RURAL DE SAN FRANCISCO DE NATABUELA DEL CANTÓN ANTONIO ANTE DE LA PROVINCIA DE IMBABURA”.
AUTOR (ES):	Santacruz Aguas Xavier Vladimir
FECHA: AAAAMMDD	2018/08/01
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Título de Licenciado en Diseño Gráfico
ASESORA /DIRECTORA:	Msc. Nelly Acosta

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD


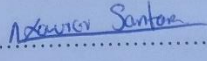
Nosotros, Muñoz Vallejos Valeria Narciza, con cédula de identidad Nro. 100468446-8, Santacruz Aguas Xavier Vladimir, con cédula de identidad Nro. 100403667-7, en calidad de autores y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizamos a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

Los autores manifiestan 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 son los titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, Agosto de 2018


AUTORES:

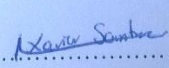
(Firma)..... 	(Firma)..... 
Valeria Narciza Muñoz Vallejos	Xavier Vladimir Santacruz Aguas
C. I. 100468446-8	C. I. 100403667-7

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

Nosotros, Muñoz Vallejos Valeria Narciza, con cédula de identidad Nro. 100468446-8, Santacruz Aguas Xavier Vladimir, con cédula de identidad Nro. 100403667-7, manifestamos nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autores de la obra o trabajo de grado titulado: **“PROMOCIÓN DE LA GESTIÓN SOCIAL, CULTURAL Y ECONÓMICA DEL GAD DE LA PARROQUIA RURAL DE SAN FRANCISCO DE NATABUELA DEL CANTÓN ANTONIO ANTE DE LA PROVINCIA DE IMBABURA”** que ha sido desarrollada para optar por el título de Licenciados en Diseño Gráfico en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En nuestra condición de autores nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribimos este documento en el momento que hacemos entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, Agosto de 2018

(Firma).....
Valeria Narciza Muñoz Vallejos
C. I. 100468446-8

(Firma).....
Xavier Vladimir Santacruz Aguas
C. I. 100403667-7

DEDICATORIA

Este presente trabajo de grado quiero dedicar en primer lugar a Dios por sus bendiciones y por permitirme llegar hasta el lugar en el cual me encuentro ahora, a Mis Padres, quienes me han formado para saber cómo luchar y salir triunfadora ante las diversas adversidades de la vida por que han velado por mi bienestar y educación, siendo mi apoyo en todo momento, depositando su entera confianza en cada reto que se presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad. A todos mis hermanos por forma parte de mi vida acompañándome y ayudarme en lo que se les ha hecho posible, a mi hijo quien tomo mi mano y me llevo a cumplir esta meta enseñándome que con paciencia y amor todo se puede cumplir. Un Dios los pague a todos los que me acompañaron es este largo camino, para ustedes es este logro y todos los que me faltan por alcanzar; este es solo el comienzo de una vida llena de éxitos.

Vale....

A mis ángeles (Pato, Sebas y mi amada Madre Rocío)

Que me han enseñado que la vida está llena de retos los cuales deben ser superados no importa las consecuencias, es más hay que luchar hasta el final aun cuando la batalla se encuentre perdida. Gracias a ustedes siento el ánimo de despertar y seguir adelante.

A mi familia

Por motivarme a culminar esta fase importante de mi vida, por ser el motivo principal de superación, y siempre estar ahí dándome el ánimo y la voluntad necesaria para seguir y no desvanecerme en el intento.

Xavier.

AGRADECIMIENTO

Hoy después de mucho esfuerzo y sacrificio hemos podido cumplir con una de nuestras grandes metas es por ello propicio agradecer a cada uno de los maestros que han sido participes a lo largo de este camino, los que siempre estuvieron a nuestro lado instruyéndonos en cada cosa, dando las fuerzas necesarias para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentan, enseñándonos a encarar las advertencias sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

A nuestros familiares quienes nos ha sabio aconsejar para conseguir logros a base de esfuerzo y dedicación, apoyándonos, aconsejándonos, brindando su amor, comprensión, ayudándonos en los momentos difíciles, y por colaborar con los recursos necesarios para estudiar. Nos han dado todo lo que somos como personas, nuestros valores, los principios, el carácter, la perseverancia, el empeño, y sobre todo el coraje para seguir nuestros objetivos.

A todos

Quienes supieron estar ahí dando esa voz de apoyo o rechazo en este extenso camino de la vida universitaria, amigos, familia, conocidos y desconocidos. Agradecemos a todos por ser parte de nuestra vida.

Vale & Xavier

RESUMEN

La promoción de la gestión social cultural económica para el Gad rural parroquial San Francisco de Natabuela, ubicado en el cantón Antonio Ante, de la provincia de Imbabura, posee cinco capítulos, los cuales se encuentran desarrollados cuidadosamente: el primero denominado problemática el cual se identificó el problema que tiene la parroquia y por esa razón el desarrollo del proyecto de investigación, en el segundo capítulo se encuentra el marco teórico el que permite tener un sustento con bases teóricas- científicas el trabajo de grado por ende establece un marco de referencia. El tercer capítulo comprende el tipo de investigación donde se encuentra la metodología, las técnicas y los instrumentos que sirven para obtener información relevante de la población mediante el desarrollo de encuestas para aplicarlas a los moradores de la parroquia, el cuarto capítulo se estructura del diagnóstico de los resultados de la investigación, donde demuestra la falta de comunicación que existe entre los habitantes y los miembros del Gobierno Autónomo Descentralizado de Natabuela y en el quinto capítulo esta la propuesta, promoción de la gestión social cultural económica para Gad rural parroquial San Francisco de Natabuela, en esta parte se desarrolla como medio de información una revista donde contenga los temas relevantes que el Gad de Natabuela ha realizado durante su gestión, como las actividades de carácter económico, sociales, culturales entre otras. El objetivo es convertirse en la fuente de información para los residentes de la parroquia, y al final del proyecto se encuentran las conclusiones y recomendaciones que son necesarias tomar en cuenta por los miembros del Gad con el fin de obtener resultados, de acorde con lo evidenciado en el desarrollo del proyecto.

Palabras claves

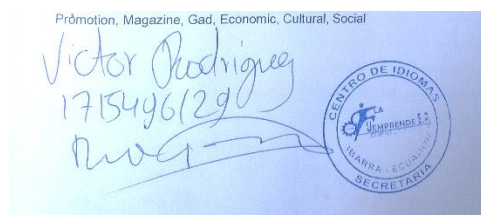
Promoción, Revista, Gad, Económico, Cultural, Social

ABSTRACT

This degree work by the name promotion of social, cultural and economic management of San Francisco de Natabuela rural parochial DAG, located in the Antonio Ante canton, in the province of Imbabura, has five chapters, which were carefully developed: the first denominated problematic where the problem within the parish was identified and for that reason the development of the research project, in the second chapter is found the theoretical framework which has a sustenance with theoretical-scientific bases to establish a frame of reference, The third chapter includes the type of research where the methodology, techniques and instruments used to obtain relevant information of the study population are found. With the development of surveys to apply to the residents of the parish, the fourth chapter is structured on the diagnosis of the results of the research, where it is demonstrated the lack of communication that exists between the inhabitants and the members of the Decentralized Autonomous Government of Natabuela and in the fifth chapter is the proposal, which is the promotion of the social cultural and economic management for the San Francisco de Natabuela parochial rural DAG, in this part is developed as means of information a magazine containing the relevant works that the Natabuela DAG has made, such as economic, social, and cultural activities, among others. This aims to become the source of information for the residents of the parish, and at the end of the project are the conclusions and recommendations necessary to be taken into account by the members of the DAG in order to obtain results, in accordance with what was evidenced in the development of this project.

Keywords

Promotion, Magazine, Gad, Economic, Cultural, Social



ÍNDICE

1	Problemática	1
1.1	Tema.....	1
1.2	Contextualización del Problema.....	1
1.3	Delimitación del problema	2
1.4	Objetivos.....	3
1.4.1	Objetivo General.....	3
1.4.2	Objetivos Específicos	3
1.5	Descripción del problema.....	3
1.6	Justificación.....	3
2	MARCO TEÓRICO.....	5
2.1	Promoción	5
2.2	Marketing	5
2.2.1	Promoción en función del marketing	6
2.3	Importancia de la promoción	6
2.3.1	Herramientas de promoción	7
2.3.1.1	Publicidad	7
2.3.1.2	Promoción de ventas	7
2.3.1.3	Relaciones Públicas.....	7
2.3.1.4	Venta Personal.....	8
2.3.1.5	Marketing Directo	8
2.4	Diseño.....	8
2.5	Diseño Editorial	9
2.5.1	Objetivos y elementos del diseño editorial	9
2.5.2	Función del diseño editorial	10
2.6	Medios impresos	10
2.7	Periódicos.....	10
2.8	Revistas.....	11
2.8.1	Tipos de revistas	12

2.8.1.1	Revistas Informativas	12
2.8.1.2	Revistas Especializadas	12
2.8.1.3	Revistas de Ocio	12
2.8.1.4	Revistas de divulgación Científica	13
2.8.1.5	Revista institucional	13
2.8.2	Partes de una revista	13
2.8.2.1	Portada	13
2.8.2.2	Sumario o índice	13
2.8.2.3	Notas-Interior	14
2.8.2.4	Contraportada	14
2.9	Machote	14
2.10	Retículas	14
2.10.1	Componentes de las retículas.....	15
2.10.1.1	Márgenes	15
2.10.1.2	Columnas	15
2.10.1.3	Columna sencilla	15
2.10.1.4	Dos columnas	15
2.10.1.5	Tres columnas	16
2.10.1.6	Módulos.....	16
2.10.1.7	Marcadores	16
2.10.1.8	Líneas de flujo	16
2.10.1.9	Zonas espaciales	16
2.11	Tipos de retículas	17
2.12	Retícula de manuscrito.....	17
2.13	Retícula de columnas	17
2.13.1	Retícula modular.....	17
2.13.2	Retícula jerárquica	17
2.13.3	Retícula suiza	18
2.14	Color.....	18
2.15	Tipografía.....	18
2.16	Gestión social	19

2.17	Gestión cultural.....	20
2.17.1	Los agentes de la Gestión cultural.....	21
2.17.1.1	Sector público.....	21
2.17.1.2	Sector asociativo.....	21
2.17.1.3	Sector privado	22
2.18	Gestión económica	22
2.18.1	Bienes y servicios	22
2.19	Natabuela	23
3	METODOLOGÍA MATERIALES Y MÉTODOS.....	27
3.1	Tipo de investigación.....	27
3.2	Métodos	27
3.3	Técnicas	28
3.3.1	Encuesta	28
3.3.1.1	Entrevista.....	28
3.3.1.2	Observación	28
3.3.1.3	Documental.....	29
3.4	Instrumentos	29
3.5	Población o universo.....	29
3.6	Determinación de la muestra.....	29
4	DIAGNÓSTICO.....	31
4.1	<i>Tabulación y Análisis de Encuestas</i>	31
4.2	Análisis entrevista	40
4.3	FODA	43
4.3.1	Fortalezas.....	43
4.3.2	Oportunidades	43
4.3.3	Debilidades	44
4.3.4	Amenazas	45
5	PROPUESTA.....	46
5.1	Justificación.....	46

5.2	Fundamentación	46
5.3	Objetivos de la propuesta	47
5.3.1	Objetivo general	47
5.3.2	Objetivos específicos	47
5.4	Ubicación Sectorial y Física (MAPA).....	47
5.5	Desarrollo de la propuesta	48
5.5.1	Misión	48
5.5.2	Visión	48
5.6	Valores.....	48
5.7	Revista	48
5.7.1	Recopilar la información.....	49
5.7.2	Desarrollo del machote	49
5.7.3	Maquetación	49
5.7.4	Diagramación de la revista	49
5.8	Difusión	49
5.8.1	Retoque de fotografías	53
5.9	Impactos.....	53
5.9.1	Generalidades	53
5.9.2	Social	53
5.9.3	Cultural.....	53
5.9.4	Ambiental	54
6	Conclusiones	54
7	Recomendaciones	55
8	Glosario de términos	56

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No.1: Género	31
Tabla No. 2: Gestión del GAD actual	32
Tabla No. 3: Actividades del GAD	33
Tabla No. 4: Socialización de actividades.....	34
Tabla No. 5: Información de actividades	35
Tabla No. 6: Medios de información.....	36
Tabla No. 7: Tipo de información recibida	38
Tabla No. 8: Información recibida	39

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1: Género	31
Gráfico No. 2: Gestión del GAD actual	32
Gráfico No. 3: Actividades del GAD	33
Gráfico No. 4: Socialización de actividades	34
Gráfico No. 5: Información de actividades	35
Gráfico No. 6: Medios de información	36
Gráfico No. 7: Tipo de información recibida	38
Gráfico No. 8: Información recibida	39

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N°1.....	50
Figura N°2.....	50
Figura N°3.....	51
Figura N°4.....	51
Figura N°5.....	51
Figura N°6.....	52
Figura N°7.....	52
Figura N°8.....	52

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se refiere a la promoción de la gestión social, cultural y económica del Gobierno Autónomo Descentralizado (Gad) de San Francisco de Natabuela, el cual es el encargado de impulsar el desarrollo de la sociedad y administrar los recursos que son asignados para cumplir las necesidades e intereses, mediante el diseño de una revista informática se busca crear un medio de comunicación, donde los moradores puedan informarse acerca de los acontecimientos que se desarrollan en su parroquia.

Dentro de la revista se encontrará, temas relevantes de la parroquia como eventos culturales, sociales y de carácter económicos que competen a los habitantes puesto que se aspira que la revista sea trimestral, por ende, se realizó un levantamiento fotográfico documental de las obras realizadas por el Gad destacando así la información más importante que sea de interés para los moradores y turistas que visiten esta maravillosa parroquia. La revista a su vez tiene como objetivo ser una propuesta autosustentable en la cual el 50% de esta la pagarán los miembros del Gad y el otro 50% sea cubierto con la venta de espacios publicitarios, lo cual a su vez facilitara la evaluación de la actual administración en la rendición de cuentas que se realiza cada año.

Para mayor facilidad y comprensión de los lectores, la revista estará compuesta principalmente por una serie de fotografías donde se podrá evidenciar los avances y mejoras de la parroquia.

Este proyecto está compuesto por cinco capítulos los cuales se describen a continuación:

Capítulo I problemática, en este se identificó el problema que el Gad tiene al momento de dar a conocer las actividades que realiza.

Capítulo II marco teórico, en el cual esta sustenta la investigación de la problemática evidenciada.

Capítulo III metodología, en este se platean los métodos, técnicas, instrumentos utilizados para obtener información de la ciudadanía.

Capítulo IV análisis de resultados, aplicación de una encuesta a los ciudadanos de la parroquia y a su vez una entrevista a los directivos del Gad.

Capítulo V propuestas, desarrollo de la revista la cual comprende las actividades que ha realizado el Gad en beneficio de la parroquia. A demás el presente documento contendrá las respectivas conclusiones y recomendaciones

CAPÍTULO I

1 Problemática

1.1 Tema

Promoción de la gestión social, cultural y económica del Gad de la parroquia rural de San Francisco de Natabuela del cantón Antonio Ante de la provincia de Imbabura.

1.2 Contextualización del Problema

El Gad Parroquial de San Francisco de Natabuela ubicado frente al Parque Central, aquí trabaja todo el equipo administrativo de la parroquia, el presidente del Gobierno Parroquial de Natabuela, Sr. Jorge Siza, cuenta con un personal administrativo que trabaja en función del desarrollo del Gad.

El principal problema comunicacional que tiene el Gad de la Parroquia de Natabuela es el hecho de que la promoción de la gestión social, cultural y económica que se genera anualmente es escasa; provocando un desconocimiento de las actividades realizadas y proyectos planteados por las autoridades del Gad.

Ocasionando una interrogante que sería ¿Existe una adecuada promoción de las actividades que el Gad realiza?

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

Existe una falta de personal capacitado, que se encargue de la comunicación efectiva dentro del Gad, en lo cual evidencien al pueblo en general los avances que la parroquia tiene.

La falta de recursos económicos ha producido que la parroquia no cuente con suficiente presupuesto para que se encargue de la difusión en todos los aspectos

realizados por las autoridades de esta parroquia. Lo cual hace que sea complicado crear estrategias oportunas de promoción y dar a conocer a su gente.

La promoción del Gad de la Parroquia de Natabuela es limitada, lo que fomenta un desconocimiento de la población local como limítrofe de todas las actividades que se realizan.

Los principales efectos o consecuencias del problema antes mencionado son varios, pero los primordiales que pueden ser considerados son los siguientes:

La parroquia al no contar con una publicidad adecuada en la que se muestre las actividades, eventos y proyectos que la principal autoridad realiza ocasiona que la ciudadanía este desinformada.

Un pueblo que se encuentre desinformado acerca de las actividades que se realizan en el Gad, no se involucra en el para el desarrollo, lo que ocasiona que el Gad no mantenga un dialogo adecuado con sus mandantes.

Por desconocimiento de las acciones realizadas durante la gestión de los miembros que han sido elegidos, los moradores del sector tomen otras opciones en el momento de las elecciones, muchas veces pensando que quien está en el cargo no se merece ser reelegido.

1.3 Delimitación del problema

En el presente proyecto se diseñará una revista informativa la cual será digital e impresa y contendrá temas relevantes de la parroquia. Se aplicará encuestas a los potenciales lectores y una entrevista a los miembros del Gad con la finalidad de que los datos generen propuestas para el desarrollo de la revista. De esta forma la investigación de llevar acabo en la parroquia rural San Francisco de Natabuela.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Promocionar la gestión social, cultural y económica que el Gad de la parroquia rural de Natabuela del Cantón Antonio Ante de la provincia de Imbabura, desarrolla mediante el diseño de estrategias de promoción.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Sentar las bases técnicas y científicas relacionadas al diseño y promoción de la gestión social, cultural y económica de los gobiernos autónomos descentralizados mediante la construcción de un marco teórico.
- Realizar un diagnóstico técnico en la población del Gad de la parroquia rural de Natabuela, que permita conocer la realidad y percepción de la promoción de la gestión social, cultural y económica.
- Diseñar una revista informativa como estrategia de promoción de la gestión social, cultural y económica que desarrolla el Gad rural de Natabuela.

1.5 Descripción del problema

En la propuesta a desarrollarse se elaborará una revista informativa que está dirigida principalmente a los moradores de la parroquia San Francisco de Natabuela, provincia de Imbabura.

1.6 Justificación

Puesto que se evidencio que dentro de la parroquia no existía una correcta información entre la administración actual y los ciudadanos por lo cual fue necesario realizar el diseño de una revista informática y en esta se dará a conocer

todas las actividades que ha realizado. Además de crear un medio de comunicación alternativo para que los habitantes de la parroquia estén al tanto de los que las principales autoridades realizan a lo largo de cada año.

Esto es con el fin de lograr una mejora en la comunidad a corto plazo, en lo que, tiene que ver con la comunicación e información, de las obras hechas en la comunidad.

Beneficiarios directos: La población de la parroquia ya que la revista propuesta dará a conocer las de primera mano las actividades que el Gad rural de Natabuela realiza. Además, las autoridades puesto que esta será un sustento para la rendición de cuentas

Beneficiarios indirectos: será la sociedad comercial ya que al mostrar lo que la parroquia tiene, esta conlleva a que estos aumentan su actividad económica con la afluencia de más turistas locales y extranjeros.

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO

2.1 Promoción

Es un término que hace mención de la acción y efecto de promover. Este verbo, por su parte, refiere a iniciar o impulsar un proceso o una cosa; visto desde otro enfoque constituye elevar a alguien a un cargo o empleo superior al que tenía; o tomar la iniciativa para realizar algo o una acción en particular, (Julián Pérez Porto, 2016).

Para entender que es una promoción se debe investigar que es el marketing ya que éstos mantienen relación entre sí.

2.2 Marketing

(Philip, 2003) Menciona que el marketing es una actividad humana dirigida a satisfacer necesidades a través de procesos de intercambio (Risco, 2013)

El marketing constituye la estrategia con el afán de dar solución a los problemas encontrados en la etapa de investigación, lo cual establece acciones para resolverlos de la manera idónea, la promoción juega un papel importante en esto.

Según Jerome McCarthy quién introdujo el concepto de las 4P del marketing: Producto, Plaza, Precio y Promoción) y William Perreault, la promoción consiste en transmitir información entre el vendedor y los compradores potenciales u otros miembros del canal para influir en sus actitudes y comportamientos (McCarthy Jerome, 1997, pág. 406).

2.2.1 Promoción en función del marketing

(Burnett, 1996) Señala que la promoción se refiere a la comunicación efectiva de los resultados de las estrategias de marketing a las audiencias objetivo, con el afán de generar el compromiso de los clientes potenciales.

La promoción constituye una estrategia que fomenta el prestigio y da a entender de qué se trata el producto o servicio, se conforma como publicidad para que el público uso del producto o servicio.

2.3 Importancia de la promoción

En la actualidad las empresas pequeñas, medianas o grandes, y porque no incluir las entidades de gobierno quienes se suman a la gran mayoría de los que buscan dar a conocer lo que se realiza en su gestión, esta constituye una manera de crear conciencia en la gente, y fortalecer el lazo entre la comunidad y el Gad.

Persuadir a los consumidores mediante la publicación o creación de estrategias que fomenten la lealtad con el servicio, producto, marca o en este caso la entidad gubernamental.

La promoción está enfocada a dar a conocer un producto, pero si se mira desde el punto de vista de diseño constituye una herramienta que apoya al desarrollo de la estrategia que tiene como finalidad dar a conocer ya sea un producto, un servicio, o simplemente brindar información relevante para un grupo de personas. La promoción es de vital importancia ya que puede ser el primer paso para conseguir la fidelidad de las personas debido a que se da a conocer las bondades y atributos de un servicio, en el caso de la gestión de una entidad se da a conocer lo que se ha realizado eliminando el desconocimiento y desinformación.

2.3.1 Herramientas de promoción

La promoción incluye un conjunto de herramientas como la publicidad, la promoción de ventas, las relaciones públicas, el marketing directo, las ventas personales y según (Keller, 1997) los eventos y experiencias, para lograr sus objetivos generales y específicos.

2.3.1.1 Publicidad

Consiste en todo elemento que difunda información o dé dar conocer acerca de la marca producto o servicio. Por medio de anuncios impresos, de radio y TV, el empaque, mensaje dentro en el empaque, dibujos animados, folletos, carteles, volantes, directorios, anuncios espectaculares, letreros de exhibición, material audiovisual, símbolos y logotipos, videos o música.

2.3.1.2 Promoción de ventas

La promoción establece la manera atractiva para hacer que adquieran el servicio o producto. Esto por lo general se hace concursos, loterías, entrega de obsequios, muestras, ferias, espectáculos comerciales, exhibiciones, demostraciones, juegos, cupones, devoluciones, programas de televisivos, etc. (Risco, 2013).

2.3.1.3 Relaciones Públicas

Esto se hace a través de un departamento encargado específicamente para ello el cual consta de una interacción directa con el público en general con el afán de generar confianza y apego a la empresa o servicio, con lo cual boletines de prensa, discursos, seminarios, reportes anuales, donaciones, publicaciones, relaciones con la comunidad, cabildeo, medios de identidad, revista de la empresa, de una buena forma de acercase al público objetivo (Risco, 2013).

2.3.1.4 Venta Personal

Representaciones de venta, reuniones de venta, programas de incentivos, muestras, ferias y espectáculos comerciales (Ríos, 2017).

2.3.1.5 Marketing Directo

Cosiste en dirigirse directamente al público objetivo mediante (catálogos, mensajes por correo, telemarketing, compras por internet, venta por tv, mensajes por fax, correo electrónico y correo de voz) (Risco, 2013).

2.4 Diseño

Diseño es sinónimo de funcionalidad y es el resultado final de un proceso, cuyo objetivo es buscar una solución a un problema de comunicación, tratado en lo posible el ser práctico, funcional y a la vez estético en lo que se hace.

“El diseño es un proceso de creación visual con un propósito”. “En pocas palabras un diseño es la mejor expresión visual de la esencia de algo, ya sea esto un mensaje o un producto, Para hacerlo fiel y eficazmente, el diseño debe buscar la mejor forma posible para que sea conformado, fabricado, distribuido, usado y relacionado con su ambiente. Su creación no debe ser solo estética sino también funcional.” (Wong, 2002).

Entonces se puede decir que el Diseño no es solo crear algo, sino que este además debe contar con una apariencia exterior agradable, cumpliendo funciones específicas que satisfacen las necesidades de comunicación visual.

2.5 Diseño Editorial

Es una forma de periodismo visual, en la medida en la que esta se etiqueta lo distingue más fácilmente de otros procesos de diseño gráfico, como el marketing o el diseño de packaging que suele orientarse exclusivamente a la promoción vista de un producto (Zappaterra, Diseño Editorial , 2007)

El Diseño Editorial es la estructura y composición que forma libros, revistas, periódicos, catálogos, carátulas, volantes, afiches, entre otros. Es la rama del diseño gráfico que se enfoca de manera especializada en la estética y diseño tanto del interior como el exterior de los textos.

2.5.1 Objetivos y elementos del diseño editorial

“Gran parte del diseño editorial tiene como objetivo comunicar o transmitir una idea o narración mediante la organización y presentación de imágenes y de palabras. Cada uno de estos elementos cumplen funciones diferentes: en una revista, el titular siempre se redactará y maquetará de manera que atraiga la atención del lector, mientras que un diagrama figura para clarificar o apoyar la información contenida en el cuerpo del texto” (Zappaterra, Diseño Editorial , 2007, pág. 10).

Se evidencia que cada tipo de publicación tiene necesidades de comunicación particulares. Ningún proyecto de línea editorial puede parecerse al de otro salvo en aspectos generales. Hay un tipo de diseño único para cada publicación, por lo cual se requiere alcanzar un equilibrio simétrico entre el texto y la parte gráfica.

2.5.2 Función del diseño editorial

“Cuando opera en el diseño editorial el diseño puede desempeñar diversas funciones. Por ejemplo, dotar de expresión y personalidad al contenido, atraer y retener la atención de los lectores, o estructural el material de una manera nítida. Todos estos objetos han de existir y desarrollarse de manera cohesionada para logra un producto final agradable, útil informativo” (Zappaterra, Diseño Editorial , 2007).

Para lograr el mercadeo exitoso de cualquier publicación, también es importante tener en cuenta la evolución y las tendencias del género en el que estará. Ya sea negativo o positivo, los diseños editoriales de otras publicaciones deben ser considerados como referentes a la hora de emprender la tarea de crear un nuevo diseño.

2.6 Medios impresos

Es un término bastante utilizado que se refiere al medio que difunde material impreso. En la vida diaria nos referimos a los medios impresos como la industria asociada con la impresión y sobre todo con la distribución de noticias a través de una red de medios de comunicación, como periódicos y revistas. “Las personas también se refieren a los medios impresos con el término "prensa", el cual es un canal de comunicación que tiene el objetivo de llegar a un gran número de personas” (Publicitaria, 2018).

Los medios impresos incluyen todas las formas impresas: periódicos, revistas y así como otros materiales de lectura.

2.7 Periódicos

Es toda publicación que aparece con cierta periodicidad, el cual contiene informaciones y comentarios sobre sucesos ocurridos o previsibles durante un periodo dado. Con este parámetro, podemos designar como tal a los diarios.

Algunos son específicos para cada estado de la república, hay diarios municipales y diarios nacionales, estos últimos abarcan temas de interés general para los habitantes de un país y su alcance. (Publicitaria, 2018)

Ventajas

- Permiten una gran movilidad de mensajes
- Permiten la publicación del mensaje en una sección específica
- Éste puede utilizar anuncios en blanco y negro, en colores, suplementos dominicales o inserciones para determinado público.
- Su público lee, de modo que se puede agregar textos explicativos.
- Permiten la inserción de volantes, folletos o cupones.

Desventajas

- El mercado que lee los diarios es muy pequeño.
- Para crear impacto necesita una gran inversión.
- Ausencia de control, no se controla dónde aparecerá el anuncio, salvo que el anunciante pague una tarifa especial por un lugar preferido.
- Saturación los anuncios compiten con el contenido editorial y con otros anuncios en la misma página o desplegado.

2.8 Revistas

Es una publicación impresa que se edita periódicamente, en la cual se muestra información sobre uno o varios temas particulares, en algunas ocasiones su principal interés es económico puesto que usualmente son financiadas por publicidad externas, pero también ahí la revista tiene como objetivo primordial comunicar (Vega, 2001).

Ventajas

- Su calidad de impresión por lo regular es buena.
- Una revista siempre es leída por más de una persona.
- Las revistas, casi por regla, son conservadas por sus lectores.

Desventajas

- Para impactar un mercado es necesaria una gran inversión la revista.
- Hay demasiadas publicaciones que no cumplen sus promesas de ventas.
- Su costo por millar es elevado.
- Fuerte competencia publicitaria, las revistas de mayor circulación tienen un contenido publicitario.

2.8.1 Tipos de revistas

2.8.1.1 Revistas Informativas

“Tiene como fin comunicar o divulgar cierta información a un público específico o general” (López M. M., Diciembre 2014).

2.8.1.2 Revistas Especializadas

“Se caracterizan por tratar un tema o materia en personal. Algunos ejemplos pueden ser revistas de automovilismo, arte, entre otras categorías. Generalmente estas revistas están orientadas a un público que trabaje en dichas disciplinas, es decir que no son masivas” (López M. M., Diciembre 2014).

2.8.1.3 Revistas de Ocio

“Estas son como medio de entretenimiento” (López M. M., Diciembre 2014).

2.8.1.4 Revistas de divulgación Científica

“Su fin es comunicar acerca de los avances, investigaciones y descubrimientos en materia de la ciencia” (López M. M., Diciembre 2014).

2.8.1.5 Revista institucional

“Es una publicación que puede ser mensual, trimestral o semestral; puede ser semanal y está diseñada para instituciones gubernamentales, escolares o religiosas más comúnmente, y sin duda alguna, no deja de ser una excelente herramienta de comunicación” (Groppe, 2018).

Una revista institucional de carácter gubernamental consiste en dar a conocer a sus mandantes lo que se realiza a lo largo y ancho de su sector con el fin de que estos conozcan y a su vez establece un nivel de transparencia mostrando en que están siendo gastados los recursos que son asignados. Y esto a su vez garantizara que sean elegidos en las elecciones subsecuentes.

2.8.2 Partes de una revista

2.8.2.1 Portada

(Zappaterra, 2007) Manifiesta que la primera parte y más importante de cualquier publicación en la que hay que estampar la imagen de marca y los valores asociados a ella.

2.8.2.2 Sumario o índice

Es utilizado primordialmente para indicar en que página se encuentran los contenidos de publicación, esta a su vez debe ser diseñada acorde al resto de la revista (Ríos, 2017).

2.8.2.3 Notas-Interior

Por lo general es donde va a ir el contenido principal de la publicación, separado por secciones, con el desarrollo de las notas, los reportajes, el espacio publicitario, las editoriales, los servicios, las cartas de los lectores, etc (Ríos, 2017, pág. 10).

2.8.2.4 Contraportada

Se utiliza como un espacio de publicidad muy importante en ciertos casos, por su tamaño, en otros casos para darle un cierre a la publicación con algún comentario final, o con datos de contacto (Ríos, 2017).

2.9 Machote

Consiste en un en ser una maqueta en miniaturas de páginas, donde se presentan bocetos en los cuales se pueden colocar el título del artículo, además pueden llegar a ser más específicos e incluir una lista de todos los elementos de la página, líneas asemejando bloques de texto o material gráfico como la imagen (Dabner, Barcelona). El realizar un machote para cualquier proyecto de diseño garantiza que coherencia al momento de diagramar una página en el computador

2.10 Retículas

“Consiste en un conjunto de guías que se utilizan para construir la composición de la página. Su función es estructurar la página y ayudar a mantener la coherencia del formato” (Hambree, 2008)

Es la estructura básica en la que se basa el diseño editorial para dar vida a libros, revistas, folletos, periódicos o cualquier impreso, para ello se utiliza distintos tipos de retículas las cuales son empleadas para diferenciarse entre sí, puesto que estas establecen la distribución tanto del texto como imágenes en la composición, logrando dar un mejor entendimiento y a su vez esta facilita el trabajo del diseñador.

2.10.1 Componentes de las retículas

Dentro de las retículas aparecen componentes esenciales que ayudan al diagramador como al lector navegar fácilmente en el documento entre ellas están:

2.10.1.1 Márgenes

Zonas intermedias, representan la cantidad de espacio entre el borde del formato, incluido el margen del lomo, y el contenido de la página. Los márgenes también pueden albergar información secundaria, como notas (Tondreau, Principios Fundamentales de Composición, 2009).

2.10.1.2 Columnas

Alineaciones verticales que contienen tipos o imágenes. El ancho y el número de columnas de una página o una pantalla dependen del contenido (Tondreau, Principios Fundamentales de Composición, 2009).

2.10.1.3 Columna sencilla

El texto se distribuye en toda la hoja, para ello esta debe poseer un margen que se adapte al tipo de proyecto (Tondreau, Principios Fundamentales de Composición, 2009).

2.10.1.4 Dos columnas

Este tipo de retícula permite distribuir gran cantidad de texto en partes iguales lo cual conlleva a que se tenga una sensación de orden y dinamismo. Además, esta nos permite tener variaciones en el tamaño del texto, espacios entre otras variantes que se puede establecer dentro de la página (Tondreau, Principios Fundamentales de Composición, 2009).

2.10.1.5 Tres columnas

Es ideal para revista y folletos proporciona columnas anchas y legibles de texto, además son flexibles, puesto que esta puede subdividirse en seis dando más dinamismo a la página. (Swan, 1990).

2.10.1.6 Módulos

Constituyen en divisiones individuales separadas por un espacio consistente, estos a su vez crean una retícula repetitiva y ordenada, combinados los módulos se obtienen columnas y filas de diversos tamaños. (Tondreau, Principios Fundamentales de Composición, 2009).

2.10.1.7 Marcadores

“Ayudan al lector a moverse por un documento, estos indican la ubicación del material incluyen números de página, cabeceras que se repiten además de pies de páginas e iconos” (Tondreau, Principios Fundamentales de Composición, 2009).

2.10.1.8 Líneas de flujo

“Alineaciones que descomponen el espacio en bandas horizontales. No son líneas reales, sino que estas sirven para organizar el espacio y los elementos con el fin de guiar al lector por la página” (Parkin, 2010)

2.10.1.9 Zonas espaciales

Grupos de módulos o columnas que pueden formar zonas específicas de tipo publicitarias u otra información adicional que se desee colocar (Tondreau, Principios Fundamentales de Composición, 2009).

2.11 Tipos de retículas

Las retículas que se mas utilizan dentro de la diagramación de un documento impreso o digital aparecen las siguientes:

2.12 Retícula de manuscrito

Conocida como retícula de bloque, es una de las más sencillas que puede existir dentro de la diagramación, y su estructura base es un área grande y rectangular la cual ocupa la mayor parte de la página en sí, la idea general de esta es albergar una gran cantidad de texto largos y continuos como un libro (Samara, 2011).

2.13 Retícula de columnas

Es flexible, mayormente es utilizada para separar diversos tipos de información; las columnas pueden depender una de otra en el caso de texto corrido, esta hace que la lectura de un documento dinámica y no se torne aburrido (Samara, 2011).

2.13.1 Retícula modular

Consiste en módulos que nacen de una retícula de columnas con gran número de líneas horizontales las cuales subdividen las columnas en filas formando así la retícula, cada uno de estos módulos es utilizado como un espacio para distribuir la información; cuando existe un exceso de subdivisiones resultará confuso o redundante Esta es adecuada para el diseño de información tabulada como cuadros, formularios, programaciones o sistemas de navegación (Samara, 2011).

2.13.2 Retícula jerárquica

Esta retícula se adapta a la necesidad de información, se basa en la disposición intuitiva vincula a la proporción de cada elemento, sin emplear intervalos rectangulares y repetitivos. Esta es utilizada para diagramar libros, carteles o

páginas web, y la forma de distribuir los elementos en la página es orgánica (Samara, 2011).

2.13.3 Retícula suiza

Esta clase de retícula permite a los diseñadores romper con la diagramación tradicional generando variación y sorpresa, los diseños de sus páginas se destacan por ser densas y espaciosas, igualmente la ubicación de sus imágenes genera variación y sorpresa al lector. (Tondreau, Principios Fundamentales de Composición, 2009).

2.14 Color

El color da mayor dinamismo, atrae la atención y puede servir para contribuir a organizar los elementos de una página dirigiendo la atención de un elemento (Gavin Ambrose- Paul Harris, 2006).

Los colores juegan un papel muy importante en el desarrollo de un diseño, estos aportan emociones e influyen de manera decisiva en la percepción de la realidad, tienen el poder de transmitir un mensaje o emoción concreta, así como definir por completo la personalidad de la empresa.

2.15 Tipografía

Las letras también conocidas como tipografía son un parte fundamental en todo proceso, desde la comunicación como en el proceso de que se constituye como el diseño editorial.

El tipo de letra es el medio empleado para escribir una idea y proporcionarle forma visual. Muchos de los tipos de letras que se utilizan hoy en día se basan en diseños creados en épocas históricas (Harris, 2009).

Imágenes

“Las imágenes juegan un papel fundamental en la identidad visual de cualquier publicación donde puedes cambiar de forma espectacular su aspecto estético, tanto como elementos subsidiarios de un texto principal o como fuerza conductora de todo el texto. La forma de usar las imágenes en las publicaciones depende de toda una serie de factores, como quien es el público objetivo de la publicación o que función tendrá dichas imágenes. En general, una imagen posee muy poco tiempo para comunicar su mensaje es por ello la importancia de que el diseñador elija bien la imagen” (Bhaskaran, 2006).

2.16 Gestión social

Establece un espacio donde diferentes miembros de la sociedad interactúan convirtiéndose en un espacio en el cual pueden participar activamente.

Gestión Social considera ser el enfoque el cual de garantía de derechos sobre cada ser humano que nace como ciudadano, quien tiene obligaciones y derechos, dentro de un entorno sociocultural y económico (Marvac, 2017). Esta procura crear espacios que incluyan a la sociedad y la economía, esto debe posibilitar las capacidades y oportunidades que cada uno como miembro de pueblo regido por un gobierno posee, y a su vez construir una ciudadanía activa, crítica, responsable y participativa.

Visto desde otro punto se concibe como proceso dinámico con dos factores primordiales: ampliar libertades fundamentales de las personas con el afán de obtener distintos tipos de funcionamientos o capacidades; y el segundo factor consiste ampliar las oportunidades que estas poseen para poder utilizar sus capacidades, funcionar adecuadamente, incluirse socialmente, ejercer sus derechos y elegir el tipo de vida individual y social todo esto ocasiona que cada una tenga la capacidad de generar un cambio social.

Además, se puede considerar que el ámbito de la gestión involucra el bienestar completo del ser humano dentro de un país, puesto que este tiene establecido leyes que garanticen cada una de las necesidades que pueda despertar en los de un estado de gobierno. Estos factores (educación, capacitación, salud, vivienda, empleo, crédito, acceso a mercados o a la información), consisten como fundamentales para que un pueblo mejore su bienestar tanto de forma individual como social (Social M. d., 2016).

A la gestión social puede incluirse la planificación social puesta que esta aborda el encuentro de poderes como, la diversidad de escenarios, local y global, técnicos y políticos, de forma estructural, coyuntural y articulación de recursos, así mismo la pluralidad de cada uno de los miembros de la sociedad. Y a su vez factores que conduzcan la sociedad de manera organizada:

- Fomentar la cultura organizativa de los actores privados y públicos.
- Generar responsabilidad Social y compromiso Ético.
- Fortalecer la Gestión Institucional.
- Impulsar niveles de Autogestión y/o Sostenibilidad.
- Promoción, Cooperación y Coordinación Interinstitucional.
- Generar programas y proyectos a corto, mediano y largo plazo.

2.17 Gestión cultural

Al hablar de gestión cultural es poner a consideración toda actividad que involucra a la sociedad que demuestra su arte, tradición, experiencias y forma de ser, entre otros aspectos que expresen “Los conjuntos de saberes, creencias y pautas de conducta de un grupo social, incluyendo los medios materiales que usan sus miembros para comunicarse entre sí y resolver necesidades de todo tipo” (Wikipedia.org, 2016).

(López J. B., 2016) Manifiesta que gestión cultural es la administración de los recursos de una organización cultural con el objetivo de ofrecer un producto o servicio que llegue al mayor número de público o consumidores, procurándoles la máxima satisfacción.

Gestión cultural visto como acciones que involucren a distintos actores los cuales acercan la cultura en todas sus expresiones (danza, música, gastronomía, arte, deportes, tradiciones, etc.) a la sociedad, con el único afán de fomentar la libertad de expresión desde su pueblo.

2.17.1 Los agentes de la Gestión cultural

Son las personas u organizaciones que intervienen en la gestión cultural. Tradicionalmente, éstos se adscriben a los sectores públicos, privados y asociativos, lo que determina tanto su personalidad jurídica como su ámbito de acción (Wikipedia.org, 2016).

2.17.1.1 Sector público

Las organizaciones y entidades culturales que están involucradas a la administración pública, independientemente del nivel territorial o el alcance dentro un sector donde las instituciones trabajen (Municipalidades, Gads, Gobiernos Provinciales, Museos, Centros Culturales, entre otros). Así con el sector asociativo se centra en la concesión de ayudas, mientras que, con el sector privado, la administración asume funciones de regulación normativa en lo que se refiere a actividades industriales y mercantiles lo cual establece carácter lucrativo.

2.17.1.2 Sector asociativo

Las actividades son de interés general, cuentan con una estructura participativa e interactúan fundamentalmente con el sector público, aunque establece relaciones de compra y venta de productos y servicios con el sector privado.

Híbridos de estos tres son; las empresas públicas, las fundaciones y las ONG.

2.17.1.3 Sector privado

Esta se estructura de forma ejecutiva y se relaciona con los demás sectores siendo este un proveedor de bienes y servicios tanto para el sector público como para el asociativo, aunque con este último también exista cierta competencia. Sus acciones se orientan a las actividades industriales y mercantiles, por lo que su intervención en cultura tiene fines lucrativos.

La cultura de una u otra forma es parte de la sociedad, y cada estado de gobierno planifica o genera proyectos que motive que garantiza la conservación de la cultura y saberes ancestrales de cada lugar en la región.

2.18 Gestión económica

2.18.1 Bienes y servicios

Estos constituyen cosas fundamentales al hablar de dinero lo cual constituye según son objetos que la gente valora y produce para satisfacer necesidades humanas” (Parkin, 2010).

Para la gente es necesario el poseer capital para satisfacer las necesidades propias o de terceros, visto desde la entidad gubernamental, la cual está regida en dar solución a problemas y a su vez repartir recursos equitativamente con el pueblo.

La política económica radica en “la intervención del Estado en el mercado capitalista a través de ciertos instrumentos” (Prado, 2009).

La gestión económica se considera como disciplina la cual se encarga de gestionar, organizar y administrar correctamente los recursos obtenidos de forma

que se pueda concluir y concretar los proyectos dentro del tiempo estimado y de acorde a la cantidad de presupuesto disponible en las arcas (Prado, 2009).

Una correcta distribución del presupuesto permite que las obras, proyectos generados desde una entidad de gobierno se den para bien del pueblo y beneficio general. Si los proyectos planificados o el presupuesto no son suficiente para su culminación, se entiende que la gestión económica consiste en la búsqueda del dinero restante para la terminación de las obras planificadas.

Como se observa la gestión económica se enfoca en la correcta administración de los recursos, esta va desde obtención, manejo y la correcta difusión de resultados, cuando una entidad del sector público es asignada con una determinada cantidad de dinero para su funcionamiento es porque esta previamente presento un Plan Operativo Anual (POA), con esto se garantiza que el dinero asignado va a ser utilizado en obras para la zona de afectación de la institución; pero como es bien sabido muchas veces el dinero asignado no es suficiente para satisfacer las necesidades del sector y es aquí en donde la gestión económica juega un papel muy importante refleja la habilidad de la persona que está a cargo de manejar los recursos de la institución para conseguir el financiamiento necesario para cubrir dichas necesidades.

2.19 Natabuela

La parroquia de san francisco Natabuela fundada el 9 de noviembre de 1932, está ubicada en el cantón de Antonio Ante, limita al norte con la parroquia San José de Chaltura, al sur con las parroquias del cantón Otavalo principalmente Otavalo, al este con San Antonio del cantón Ibarra y al oeste con la delimitación territorial de la cabecera cantonal de Antonio Ante, su extensión está más o menos en 14,799 km², posee un clima variado, en los páramos se presenta frío mientras que en el centro el clima templado. Etimológicamente el nombre Natabuela se puede definir de dos idiomas: del idioma Cayapo Colorado los vocablos NATA= antepasado BUELA=unidad colectiva, por otro lado en el idioma Quechua se deriva de los

vocablos NATA= primitivo BUELA= árboles, bosque, vegetación, esta parroquia tiene población una población aproximada de 5651 personas, tanto indígena como mestiza distribuidos en el centro de la parroquia los mestizos, mientras que los indígenas se encuentran en los lugares periféricos y alejados del centro, concentrándose básicamente su actividad productiva en la agricultura y la ganadería es decir en este sector se encuentra la fuerza de trabajo, la vestimenta juega un papel muy importante dentro de la cultura siendo esta para las mujeres anaco azul o negro; blusa blanca bordada; cuentas, brazaletes y corales; fachalina blanca y sombrero; mientras que para los hombres pantalones blanquísimos; camisa blanca con mangas anchas hasta los codos; ponchos coloridos y un sombrero grande con una cinta roja, esta vestimenta representa la pureza en las mujeres y la fuerza en los hombres, además es distinta a la de otras culturas de las provincias; además de los trabajos de agricultura y ganadería se dedican a tallajes en madera, albañearía por su lado las mujeres se dedican principalmente al bordado y confecciona artesanal de prendas, quehaceres domésticos juega un rol muy importante dentro del medio ya que busca siempre la unidad de toda la familia y esto se traduce en protección a los grupos vulnerables como lo son niños y ancianos, también es muy destacado el tema de mingas comunitarias que ayudan a la construcción de caminos, canales de riego, etc., además se puede encontrar las grandes manifestaciones a la cultura y a la religión aspectos muy marcados en la parroquia, sus costumbres más importantes son:

- **FIESTAS PATRONALES:** Estas festividades celebran la parroquialización de San Francisco de Natabuela, aquí se realizan distintas actividades como elección de la reina, el pregón de fiestas, bailes populares, la quema de la chamiza que consiste en bajar desde las faldas del cerro Imbabura hasta el parque central de Natabuela acarreando una chamiza para al final quemarla echando con esto todo lo malo que ha ocurrido en el año, las festividades patronales concluyen con la sesión solemne. (Siza, Promoción de gestión social, cultural y económica del GAD parroquial de Natabuela, 2017).

- **CORPUS CRISTI:** Se celebra en el mes de Junio en conmemoración del cuerpo del Señor Jesucristo, en estas festividades es muy común ver una activa participación de la población indígena de la zona, las actividades que se realizan en las vísperas es la quema de castillos y muchos fuegos pirotécnicos que resultan un gran atractivo tanto para nativos como turistas, el día de la festividad se celebra la Santa Misa, posteriormente los sacerdotes quienes son designados por los jefes indígenas celebran bailes para toda la población concluyendo así la festividad de Corpus Cristi. (Siza, Promoción de gestión social, cultural y económica del GAD parroquial de Natabuela, 2017).
- **SAN JUAN Y SAN PEDRO:** Son el vivo recuerdo del Inti Raymi esta festividad se celebra en el mes de junio, todo esto después de las festividades del Corpus Cristi, que de igual manera en las vísperas de San Juan se realiza la quema de los castillos, bailes populares haciendo intercambios de comida y bebida, posteriormente a partir del propio día de la festividad danzan por tres o cuatro días consecutivos. (Siza, Promoción de gestión social, cultural y económica del GAD parroquial de Natabuela, 2017).

En la parroquia de San Francisco de Natabuela se puede observar el desarrollo que se ha conseguido a lo largo de los años, la presencia de algunos negocios ha hecho que el crecimiento económico sea evidente pero no se debe dejar de lado la gestión del GAD parroquial en la búsqueda de recursos en pro de la sociedad de San Francisco de Natabuela. En la actualidad la autoridad máxima en la parroquia el sr. Jorge Siza es la persona encargada de gestionar todos los recursos puestos a su disposición (económicos, tecnológicos, talento humano y materiales) para que trabajar en bien de la parroquia.

Natabuela también posee gastronomía propia de la zona o de lugares aledaños entre las que podemos destacar:

El cuy frito acompañado con papas, mote, aguacate, queso y un refrescante vaso de chicha de jora de frutas o de arroz. La sabrosa fritada va complementada con choclo, tostado, queso, papas, habas, plátano y un vaso de chicha (Siza, Promoción de gestión social, cultural y económica del GAD parroquial de Natabuela, 2017).

CAPÍTULO III

3 METODOLOGÍA MATERIALES Y MÉTODOS

3.1 Tipo de investigación

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

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

3.2 Métodos

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

El método inductivo se aplicó en la medida en que se utilizó información específica y particular del diagnóstico para llegar a conclusiones y aspectos de carácter general. El método analítico- sintético se evidencia en todo el trabajo ya que con él se permite conocer varios aspectos del problema, la teoría y la propuesta partiendo de la descomposición de los elementos constitutivos de cada uno de estos: también se crearon constructos teóricos y prácticos nuevos sintetizando información secundaria y técnica.

Como método específico del diseño gráfico para el desarrollo de la revista se utilizó el diseño editorial que básicamente consta del siguiente procedimiento: Investigación y captación de información referida a aspectos sociales, culturales económicos del Gad de San Francisco de Natabuela, desarrollo de técnico de un machote ajustado a especificaciones de diseño, maquetación de la revista, y finalmente se realizó el empaquetado de la revista informativa. La digitalización de la información de la revista se la hizo con el software InDesign.

3.3 Técnicas

Las técnicas de investigación científica utilizadas en el proyecto fueron:

3.3.1 Encuesta

La misma que fue aplicada a una muestra representativa del universo a investigarse y que fue diseñada sobre la base de una serie de indicadores. Se aplicó la encuesta a la población que vive actualmente en el Gad de durante el mes de febrero, para ello en algunos casos se les entregó la encuesta para ser llenada y en otros el encuestador fue llenado de acuerdo con la información proporcionada por el encuestado.

3.3.1.1 Entrevista

Para captar información específica y relevante fue necesario aplicar una entrevista estructurada al presidente del Gad descentralizado de Natabuela.

3.3.1.2 Observación

Varios indicadores del diagnóstico fueron captados mediante observación directa en la población de San Francisco de Natabuela y en las oficinas del Gad parroquial.

3.3.1.3 Documental

Fue importante la información secundaria o bibliográfica captada en documentos históricos y actuales existentes en los archivos del Gad parroquial de San Francisco de Natabuela.

3.4 Instrumentos

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

3.5 Población o universo

La población o universo motivo de la investigación diagnóstica son los 5,651 habitantes mayores 15 años distribuidos en hombres 2,719 y 2,932 mujeres.

3.6 Determinación de la muestra

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

$$n = \frac{N \cdot d^2 \cdot z^2}{(N - 1)E^2 + d^2 \cdot z^2}$$

$$n = \frac{5651 \cdot (0,25)^2 \cdot (1,96)^2}{(5651 - 1)(0,05)^2 + (0,25)^2(1,96)^2}$$

$$n = \frac{(5.651)(0,9604)}{(14,125) + (0,9604)}$$

$$n = \frac{5427,2204}{15,0854}$$

$$n = 359,766$$

$$n = 360 \text{ Encuestas}$$

El significado de los elementos que intervienen en la fórmula son:

n = tamaño de la muestra, número de unidades a determinarse.

N = Universo o población a estudiarse.

d^2 = Varianza de la población respecto a las principales características que se van a representar. Es un valor constante que equivale a 0,2, ya que la desviación típica o estándar tomada con referencia es $d=0.5$. 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 a 30 unidades.

E = Límite aceptable de error de muestra que varía entre 0,01- 0,9 (1% y 9%).

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

CAPÍTULO IV

4 DIAGNÓSTICO

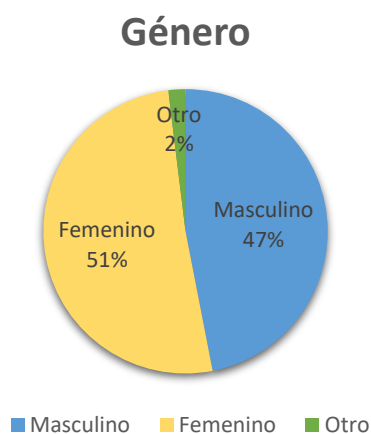
4.1 Tabulación y Análisis de Encuestas

Tabla No.1: Género

	FREC.	%
Masculino	169	46,94
Femenino	184	51,11
Otro	7	1,94
Total	360	100

*Fuente: Encuesta Febrero 2017
Elaboración propia*

Gráfico No. 1: Género



Población con equidad de género de los datos obtenidos en la aplicación de la encuesta a los pobladores de la parroquia rural de San Francisco de Natabuela, se evidencia que es incluyente, aunque en menor número lo cual apoyará para la consecución de buenos resultados en el desarrollo del proyecto.

Pregunta No.1

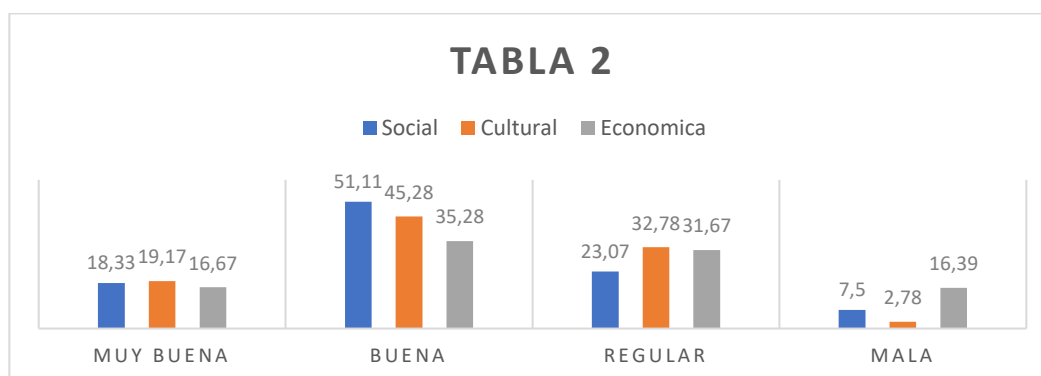
¿Cómo considera la gestión del GAD actual?

Tabla No. 2: Gestión del GAD actual

	Social		Cultural		Económica	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
MB	66	18,33	69	19,17	60	16,67
B	184	51,11	163	45,28	127	35,28
R	83	23,06	118	32,78	114	31,67
M	27	7,50	10	2,78	59	16,39
Total	360	100	360	100	360	100

*Fuente: Encuesta Febrero 2017
Elaboración propia*

Gráfico No. 2: Gestión del GAD actual



El presente cuadro hace referencia al manejo de la gestión del Gadp de San Francisco de Natabuela, en el cual se manifiesta que la mayoría de los ciudadanos encuestados opinan que la gestión del Gad es buena, en el ámbito social con un porcentaje de 51,11% que se ve evidenciado en las obras que realiza en bien de los ciudadanos con capacidades especiales y los niños, cultural 45,28 % determina que apoya el rescate de las raíces ancestrales tanto en la lengua mater y su vestimenta y en lo económico con un 35,28% generando ingresos para un desarrollo adecuado de su pueblo.

Pregunta No. 2

¿Ha colaborado usted con el GAD en actividades?

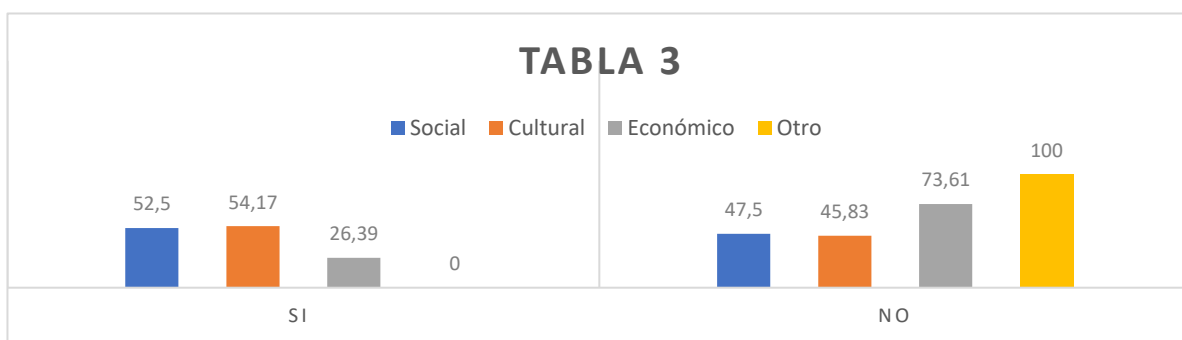
Tabla No. 3: Actividades del GAD

	Sociales		Culturales		Económicas		Otro	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Si	189	52,5	195	54,17	95	26,39	0	0
No	171	47,5	165	45,83	265	73,61	360	100
Total	360	100	360	100,00	360	100	360	100

Fuente: Encuesta Febrero 2017

Elaboración propia

Gráfico No. 3: Actividades del GAD



Una parte mayor de los encuestados responden a que son participes en las actividades que realiza el Gad, tanto en actividades sociales dando un 52,5% y un 54,17 en actividades que fomentan la cultura, de acuerdo (Espadas, pág. 126), a lo que expresa que “tomar parte del poder, se convierte en un método de profundización democrática”. Por lo general la mayor parte de la población ha colaborado con su comunidad en las diferentes actividades como mingas, asambleas sociales, presentaciones culturales y artísticas, deportivas entre otras lo cual hace fuerte el lazo entre comunidad y gobernantes, pero en menor diferencia porcentual expresa que en actividades de carácter económico no participa en gran medida.

Pregunta No. 3

¿Considera importante que el GAD socialice las actividades mediante?

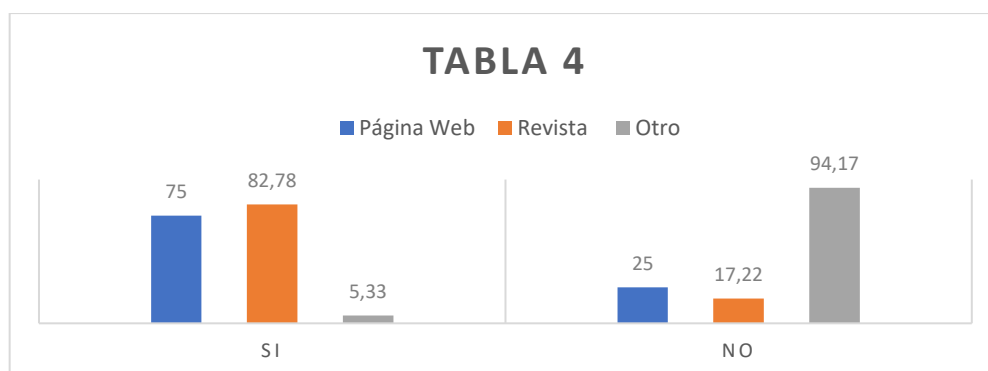
Tabla No. 4: Socialización de actividades

	Revista		Página Web		Otro	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Si	270	75,00	298	82,78	21	5,83
No	90	25,00	62	17,22	339	94,17
Total	360	100	360	100	360	100

Fuente: Encuesta Febrero 2017

Elaboración propia

Gráfico No. 4: Socialización de actividades



Como es de conocimiento la comunicación juega un papel de suma importancia dentro del desarrollo de la sociedad en general (Concalves, 2007, pág. 32) dice que “los medios de comunicación son la forma más eficaz y rápida de transmitir un mensaje”, es por ello que gran parte de los ciudadanos encuestados mencionan que les gustaría ser informados a través de una página web y revista de las actividades realizadas por el Gad debido a que estas son una de las formas que trasmite un mensaje más claro y rápido, dejando así atrás otras opciones con porcentajes intrascendentes.

Pregunta No. 4

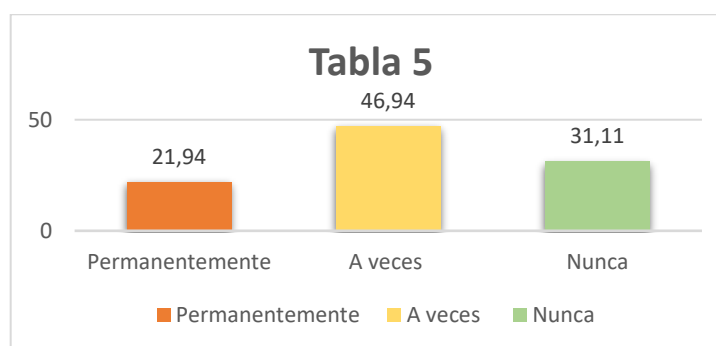
¿Considera que la actual administración del GAD informa periódicamente sus actividades?

Tabla No. 5: Información de actividades

	Frec.	%
Permanente	79	21,94
A veces	169	46,94
Nunca	112	31,11
Total	360	100

*Fuente: Encuesta Febrero 2017
Elaboración propia*

Gráfico No. 5: Información de actividades



De acuerdo a la ley por obligatoriedad el un gobierno autónomo descentralizado debe mantener a con sus mandatarios, por así decirlo este debe mantener charlas informativas por lo cual muchos gobiernos utilizan las gacetas para informar el acontecer local, pero de acuerdo con los datos obtenidos de la encuesta realizada a los moradores de la parroquia rural de San Francisco de Natabuela destaca un 46,94% de la población expresa que el GAD informa A veces, pero un 21,94% es permanentemente “expresa que es necesario tener una gaceta para informar a sus mandatarios, todo ámbito de importancia para los ciudadanos. (AME Asociación de Municipalidades del Ecuador, 2017).

Pregunta No. 5

¿Por qué medios recibió la información?

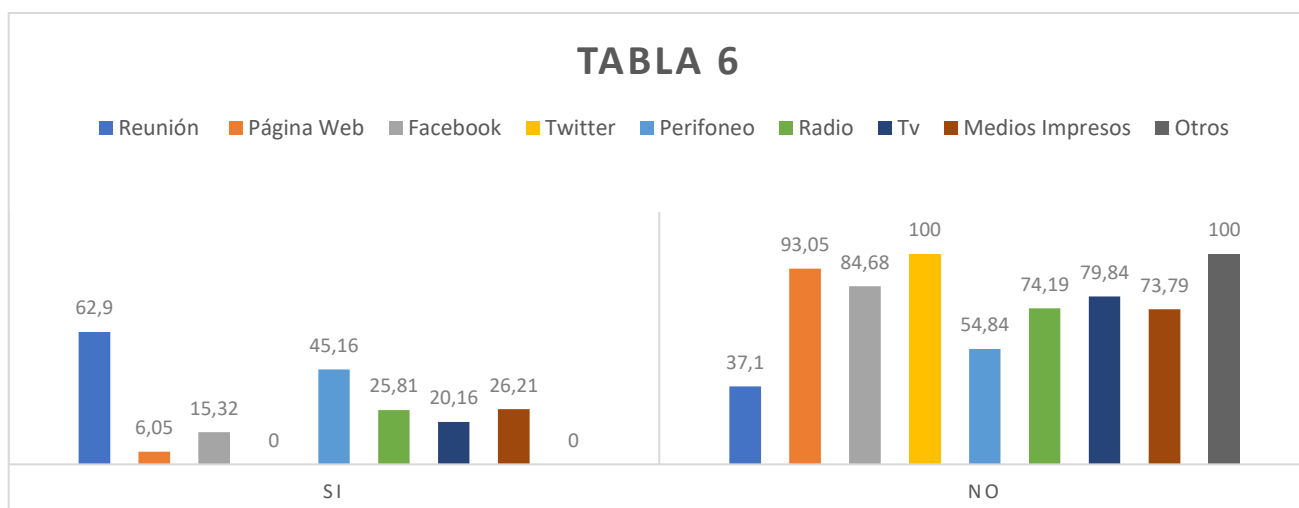
Tabla No. 6: Medios de información

	Si		No		Total	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Reunión	156	62,90	92	37,10	248	100
Pag. Web	15	6,05	233	93,95	248	100
Facebook	38	15,32	210	84,68	248	100
Twitter	0	0	248	100	248	100
Perifoneo	112	45,16	136	54,84	248	100
Radio	64	25,81	184	74,19	248	100
Tv	50	20,16	198	79,84	248	100
Medios Impresos	65	26,21	183	73,79	248	100
Otro	0	0	248	100	248	100

Fuente: Encuesta Febrero 2017

Elaboración propia

Gráfico No. 6: Medios de información



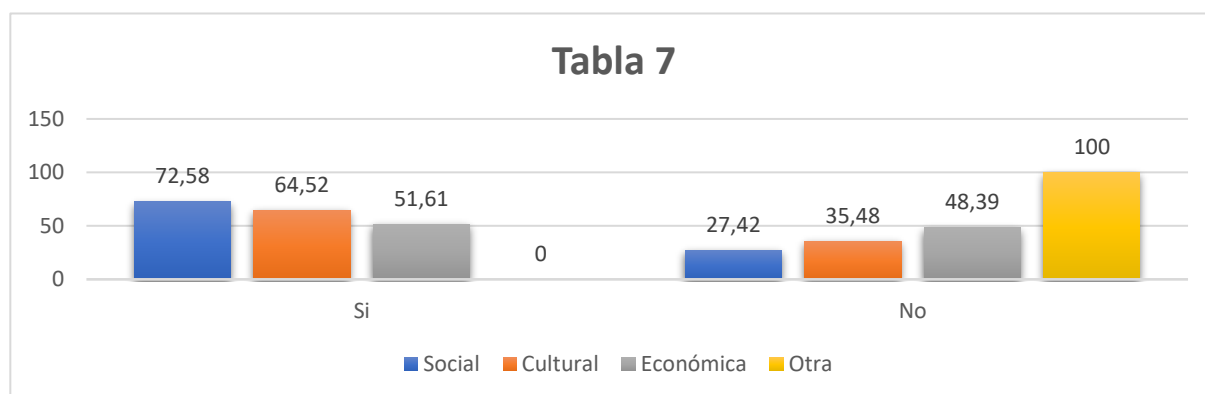
Por disposición legal el Gad Rural de San Francisco de Natabuela organiza reuniones informativas, a más de la rendición de cuentas que tiene que hacer anualmente por lo tanto se observa que no es la mayoría de los pobladores, los cuales no asisten a estos eventos lo que ocasiona que no son estén informados, de todas maneras, es un porcentaje relativamente alto el que el 62,9 de los ciudadanos asistan a informarse de las actividades que realiza las autoridades de los directivos de la parroquia.

Se evidencia en que el poco uso de medios digitales es ente caso las redes sociales por los pobladores de Natabuela y lo mencionado se confirma porque solo el 6% de la población se informa atreves de la página web que dispone el Gad, esto quiere decir que apear de tener página web muy pocos la utilizan; el 15,32% de los ciudadanos se informa de los acontecimientos de la parroquia mediante el Facebook debido a que la información es compartida por los miembros de del Gad o la misma ciudadanía. Lamentablemente Twitter no es utilizado por las autoridades ni la población de la parroquia y esto se comprueba en los resultados de la encuesta con un porcentaje relativamente nulo. Esto manifiesta (Mejia, 2017) “lo único que no se puede hacer en redes sociales es estar ausentes”.

Por otro lado, los medios masivos que el Gad utiliza para comunicar sus avances o novedades a sus mandatarios siempre serán de gran apoyo para mantener un estrecho dialogo entre ellos, pero en gran parte no resultan eficientes como lo es la misma reunión ya que un 45,16% escucha en el perifoneo. A su vez la radio y la tv representan un porcentaje menor.

Pregunta No. 6**¿Qué tipo de información recibió?****Tabla No. 7: Tipo de información recibida**

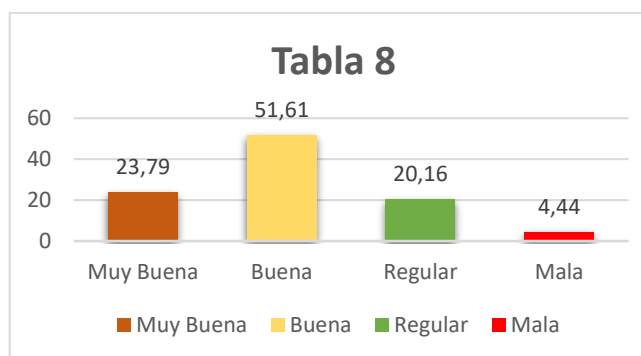
	Social		Cultural		Económica		Otro	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Si	180	72,58	160	64,52	128	51,61	0	0
No	68	27,42	88	35,48	120	48,39	248	100
Total	248	100	248	100	248	100	248	100

*Fuente: Encuesta Febrero 2017**Elaboración propia***Gráfico No. 7: Tipo de información recibida**

Cuando se realiza una reunión, asamblea o cualquier otra forma de agrupación, lo cual establecen con el fin de informar los últimos acontecimientos, en el caso de los gobiernos autónomos descentralizados informar a sus mandatarios lo que acontece con su parroquia en los diferentes aspectos que el estado de gobierno maneja como son culturales sociales, culturales y económicas, que esta a su vez debe comprender un completo informe donde se resalten cada una de las obras, actividades y gestiones que el Gad ha realizado con el afán de mejorar la vida de su pueblo dentro de la parroquia. De acorde en lo establecido en el código de ordenamiento territorial (COOTAD).

Pregunta No. 7**¿La información recibida considera que fue?****Tabla No. 8: Información recibida**

	Fre.	%
Muy buena	59	23,79
Buena	128	51,61
Regular	50	20,16
Mala	11	4,44
Total	248	100

*Fuente: Encuesta Febrero 2017**Elaboración propia***Gráfico No. 8: Información recibida**

Observar a los encuestados mencionar que la información recibida fue buena con un 51%, lo cual significa que la gestión realizada por los directivos no es mala, sino que la comunicación entre los pobladores y las autoridades no llega adecuadamente, un porcentaje de ciudadanos opinan que las actividades que realiza el presente Gad son malas, esto expresa el 4,44% de los encuestados. Tomando en cuenta una investigación similar de (Pablo, 2015) en la cual expresa que la comunicación del Gad se hace mediante el perifoneo a través de la iglesia del parque central y en ocasiones es de asuntos eclesiásticos. Por tal motivo el mensaje llega a un limitado público.

4.2 Análisis entrevista

Entrevista realizada al presidente del Gad de San Francisco de Natabuela Jorge Siza

1) ¿Cuál es la principal fuente de información para los moradores de la parroquia?

Nosotros como Gad disponemos de medios de comunicación comunitarios para dar a conocer acerca de las actividades que desarrolla el gobierno parroquial, además tenemos sistemas de amplificación en cada barrio lógicamente lo hemos financiado como gobierno parroquial, aparte de ello nos manejamos con publicidad volante, boletines, comunicados que es lo que la gente mucho más cerca tiene.

2) ¿Cuenta usted con el apoyo del municipio de Antonio Ante para la promoción de la parroquia?

Si nosotros, de manera permanente estamos coordinando con el municipio, la prefectura y con otros organismos estatales también para fomentar todo el tema acerca de actividades sean estas turísticas, sociales, deportiva o cualquier evento que tenga que tengamos a nivel parroquial, es decir contamos con excelente apoyo y pienso que nos ha dado un buen resultado esto lo cual hace que la gente tenga conocimiento y participen también en las actividades.

3) ¿De qué manera promueve la parte cultural de la parroquia?

La parroquia de Natabuela tiene una riqueza cultural muy importante, nosotros desde la administración en la cual ya estamos aproximadamente 3 años lo que estamos haciendo es potencializar algunas actividades en el tema cultural lo que son festividades del Inti Raymi, San Pedro o San Pablo como se conoce apoyando desde el Gad esta organización de estos eventos y lo otro es también a través del gobierno parroquial se ha podido generar recursos económicos que fortalecen el tema cultural.

4) ¿Dentro de su equipo de trabajo existe una persona a quien se le asigne a tarea de realizar la promoción de la gestión social, cultural y económica del Gad?

El gobierno parroquial por ser una institución pequeña es la instancia organizativa a nivel de gobierno la más pequeña carecemos de los recursos suficientes, como por ejemplo podemos mencionar a la municipalidad la prefectura y otras instituciones donde tienen un departamento de comunicación, departamentos de cultura entre otros los cuales son necesarios. Nosotros en le Gad nos manejamos a través de comisiones, pero a la larga todos hacemos un trabajo de promoción y eso ha permitido dar a conocer de manera directa lo que se hace en la parroquia.

5) ¿En cuanto al presupuesto que se le asigna, cuanto dispone para la promoción de la gestión social cultural y económica del Gad?

Ningún presupuesto va a ser suficiente nosotros en el Gad para el tema cultural tenemos una asignación de \$10.000 que es un monto mínimo que esto nos sirve para fortalecer las actividades culturales en las fiestas patronales y civiles de la parroquia, y también sirve para fomentar el tema cultural con los demás eventos que se realiza como lo dicho el Inti Raymi, talleres de capacitación como fortalecimiento cultural, es poco el presupuesto pero se aspira que se aumente para que los recursos sean canalizados en beneficio de todos los temas sociales, culturales y económicos.

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

La misma ley nos obliga a que se tenga permanentemente informado al pueblo como un tema de transparencia, entonces a nosotros cada obligatoriamente se hace cada año un informe de rendición de cuenta. De hecho, la gente tiene que estar informada de todo lo que se hace para que sepan cuáles son los recursos que se

tienen, se informen en que es lo que se está invirtiendo y sean parte directa de este compromiso que es el beneficio de toda la parroquia.

7) ¿Desearía usted que se desarrolle de un boletín, pagina web o revista informativa, en cual se evidencie lo que se ha realizado en su gestión?

En la actualidad lo que se pretende es utilizar todos los medios tecnológicos que se tiene a la mano en unos caso hay que hacer inversión en otros casos aprovechar de la gratuidad de estos recursos, sin embargo es importantísimo poder tener a la mano estas herramientas como lo es la página web que lo estamos desarrollando, y lo otro en el tema de la revista ahí se va reflejar un poco más directo e incluso va a llegar a la gente porque tecnológicamente no tiene esa facilidad sobre todo hablando del sector rural de estar sentado en una computadora revisando la parte tecnológica sino más bien a través de la revista impresa se puede potencializar el conocimiento de la gente sobre el trabajo que se hace, entonces es muy necesario incluso hasta por ejercer temas de transparencia.

El presidente juntamente con su equipo de trabajo establece esfuerzos para la consecución de obras, en los diferentes aspectos que el Gad debe desarrollar, y a su vez mejorar sacar adelante la parroquia, el gobierno trata de informar a su pueblo para que evidencien lo que se está gastando y en que se está invirtiendo en bien del pueblo de Natabuela. La idea del presidente del gobierno autónomo descentralizado es aprovechar todos los medios por los cuales se apoyaría para mejorar la comunicación con su pueblo y a su vez radica en ejercer transparencia con el conglomerado de la parroquia.

4.3 FODA

4.3.1 Fortalezas

- Un porcentaje considerable considera que la gestión del Gad es buena.
- La mitad de la población colabora en actividades sociales y culturales que el Gad realiza.
- La gran mayoría ratifica la importancia de informar las actividades que el Gad realiza en una revista impresa y esta a su vez este en los medios digitales.
- El Gad de Natabuela constantemente informa sus actividades ya que en un gran número dicen estar enterados de lo que se está realizando en la gestión.
- Rescate de las costumbres y tradiciones nativas del pueblo de Natabuela.
- Un número significativo de personas asiste a las reuniones que el Gad parroquial realiza.
- En gran mayoría en las asambleas que el Gad propia los temas tratados son de carácter social, cultural y económico.
- La gran mayoría de los pobladores que asisten a las reuniones expresan que la información que reciben por parte del Gad es relativamente buena.

4.3.2 Oportunidades

- Convenio con el banco central para emprendimientos de los moradores de la parroquia de Natabuela.

- Convenio con la prefectura para terminar proyectos en beneficio de la parroquia.
- El presupuesto que se les asigna es utilizado con el fin de fortalecer todas las actividades dentro de la parroquia en todos los aspectos.
- Convenio con diferentes entidades para la elaboración de actividades de carácter cultural.
- Plan de convenio con la imprenta de la Universidad Técnica del Norte, para la impresión de la publicidad que el Gad realiza dentro de la parroquia.

4.3.3 Debilidades

- Los moradores de la parroquia muy poco colaboran en actividades de carácter económico las que el Gad necesita.
- El poco uso de medios digitales hace que no llegue el mensaje a toda la población del Gad.
- El desconocimiento de medios masivos hace que los moradores de la parroquia no asistan en un buen número a las asambleas que le presidente del Gad convoca.
- Porcentaje bajo de pobladores al momento de informarse a través de una pagina web y medios impresos.

4.3.4 Amenazas

- Al ser una parroquia rural el uso internet es mínimo ya que solo pocas familias tienen acceso a él.
- El pueblo en su gran mayoría es rural, y carecen de puntos de acceso al internet.
- Los presidentes de los barrios que componen la parroquia en gran mayoría tienen discrepancias con el presidente del Gad.
- Falta de apoyo con recursos materiales por parte del municipio para la elaboración de actividades que beneficie a la parroquia.

CAPÍTULO V

5 PROPUESTA

PROMOCIÓN DE LA GESTIÓN SOCIAL, CULTURAL Y ECONÓMICA DEL GAD DE LA PARROQUIA RURAL DE SAN FRANCISCO DE NATABUELA

5.1 Justificación

La presente propuesta se realizó, con el fin de mejorar la comunicación en la parroquia San Francisco de Natabuela, puesto que en esta existe un déficit de la promoción del Gad, es por ello que se creó una revista informativa, en la que se dará a conocer los parámetros sociales, culturales y económicos de la parroquia, generando así un puente de información para los cuídanos de la parroquia.

5.2 Fundamentación

Los Gads están encargados de impulsar el desarrollo del territorio que este a su cargo teniendo en consideración sus competencias y atribuciones sin dejar de lado por su puesto los intereses y necesidades de la sociedad sea urbana o rural. Esta división resulta más conveniente para el manejo de los recursos puesto que se puede atender de mejor forma a las necesidades de la sociedad, a la vez se elimina la centralización de los recursos y la distribución equitativa de acuerdo con los requerimientos de cada sector, también se facilita la evaluación a la administración.

Tomando como referencia la misa ley se citan las funciones más relevantes de los Gads Parroquiales.

ART. 64.- FUNCIONES

... b) Diseñar e impulsar políticas de promoción y construcción de equidad e inclusión en su territorio, en el marco de sus competencias constitucionales y legales;

c) Implementar un sistema de participación ciudadana para el ejercicio de los derechos y avanzar en la gestión democrática de la acción parroquial; ...

f) Vigilar la ejecución de obras y la calidad de los servicios públicos y propiciar la organización de la ciudadanía en la parroquial;

Natabuela considerada como destino turístico ya que es un pueblo rico en cultura y mucha tradición, por lo cual el avance de un pueblo trae consigo muchos beneficios, así como retos entre estos el mantener informada a la sociedad. El desarrollo de una revista informativa facilitará que los miembros del Gad mejoren la forma de comunicarse con sus habitantes, además el incremento de la confianza de la comunidad en las autoridades.

5.3 Objetivos de la propuesta

5.3.1 Objetivo general

- Diseñar una revista informativa como herramienta de promoción para el Gad parroquial rural de San Francisco de Natabuela.

5.3.2 Objetivos específicos

- Evidenciar las actividades que el presidente realiza
- Ser un medio alternativo de comunicación.
- Fomentar el turismo.

5.4 Ubicación Sectorial y Física (MAPA)

País: Ecuador

Provincia: Imbabura

Ciudad: Atuntaqui

Institución: GAD Parroquial San Francisco de Natabuela

Beneficiarios: Autoridades, pobladores, turistas nacionales y extranjeros

5.5 Desarrollo de la propuesta

5.5.1 Misión

La presente investigación se enfoca en dar a conocer a los moradores las distintas actividades que realiza el Gobierno Autónomo Descentralizado (Gad) dentro de la parroquia, con el fin de mantener un dialogo entre directivos y pobladores.

5.5.2 Visión

En el 2021 el Gad Parroquial Rural San Francisco de Natabuela, tendrá mayor credibilidad por parte de los moradores siendo así una institución confiable, responsable que garantizará el desarrollo social, cultural y económico de parroquia.

5.6 Valores

Los valores del Gad parroquial rural San Francisco de Natabuela son: humildad, respeto, honestidad, responsabilidad, transparencia, liderazgo

5.7 Revista

El diseño de una revista informativa denominada “Natabuela somos todos” compuesta por temas relevantes sociales, culturales y económicos y esta a su vez será la forma por donde la sociedad en general pueda apreciar de primera mano lo que sus autoridades están realizando en pro de cumplir las necesidades que tiene la parroquia de Natabuela. La revista consta de portada, seguido de la presentación del presidente del Gad, un índice, editorial y las secciones (social, cultural, económica, espacios de publicidad). Los colores que se utiliza son de acorde a la bandera de la parroquia de Natabuela.

5.7.1 Recopilar la información

Datos relevantes de cada gestión que compone la revista gestión social, cultural y económica del Gad rural de San Francisco de Natabuela del cantón Antonio Ante de la provincia de Imbabura.

5.7.2 Desarrollo del machote

Realizar el machote de la revista primer paso para definir la retícula de acorde a la información que se tiene para dar la estructura final.

5.7.3 Maquetación

Diagramar en digital el machote que se realizó a mano. La cual se tomó una retícula modular para elaborar la revista.

5.7.4 Diagramación de la revista

Diseño que tendrá la revista tanto en su portada como la contraportada de la misma, como el desarrollo de los contenidos en los ámbitos social, cultural y económico del Gad y los espacios publicitarios.

5.8 Difusión

Por tratarse de una revista la manera más oportuna será de colocarla en el mismo Gad, distribuirla en las asambleas generales, colocarlas en tiendas, para que esta tenga más pregnancia en el pueblo, esta a su vez se publicará en los medios digitales con una variante en la cual se establecerá un espacio donde se muestra la parroquia con el fin de atraer turistas dentro y fuera de la provincia.

Una vez terminada la revista se procederá a socializar con los directivos de la parroquia de San Francisco de Natabuela a su vez en una asamblea general para que todos los habitantes conozcan que tienen un medio en el cual se podrán observar las actividades que el presidente está realizando en bien de la comunidad en general y así mantener un dialogo positivo entre las autoridades y la sociedad.



Figura N°1

Nombre: Revista Natabuela Portada

Fuente: Elaboración propia



Jorge Siza
Presidente del Ged de San Francisco de Natabuela

Un hombre bien que tener siempre el nivel de la dignidad por encima del miedo, el honor consiste en hacer aquello que uno está obligado hacer. Natabuela, nuestra riqueza está en la gente y sus costumbres, tierra fértil, hospitalaria, tierra de artes con talento y creatividad. Si la combinación tiene de sentido hablemos una parroquia disamada, de manera frontal y decidida, dejando a tiro la oposición y la quejita seguimos trabajando porque los grandes sueños hay que perseguirlos.
"Porque Natabuela somos todos"

Figura N°2

Nombre: Revista Natabuela Diagramación

Fuente: Elaboración propia

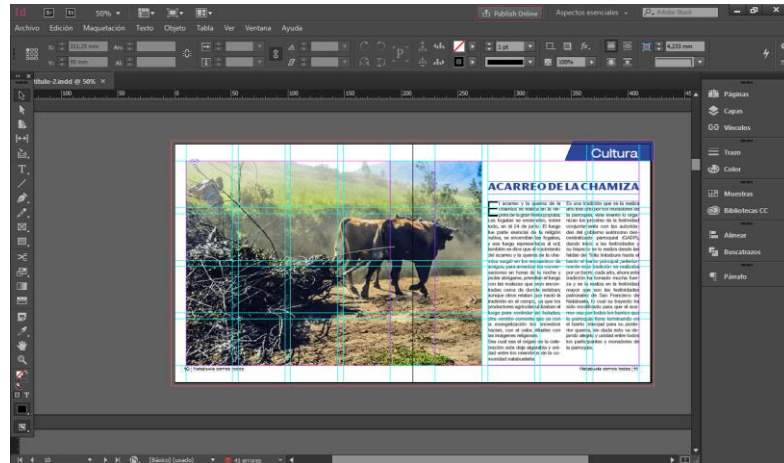


Figura N°3
 Nombre: Revista Natabuela Diagramación
 Fuente: Elaboración propia



CONTENIDO

	Acarreo de la chamiza	11
	Competencia cocinas de mujeres	12
	Festividades del Inti Raymi	14
	Proyecto Guardianes de sabores	16
	Planta un árbol y cuidalo	18
Cultural		
	Adoquinado de calle, aceres y bordillos	23
	Instalación de tubería para agua potable	24
	Instalación de cámaras seguridad	26
	Trabajo vial en la parroquia y lastreado de vías	28
	Rehabilitación de espacios recreativos	30
Económico		
	Vista club "Natabuela Racing team"	37
	Vista Pastor	39
	Encuentro democrático comunitario	41
	Reunión con el alcalde de Antonio Ante	42
	Talleres de Capacitación	44
	Agencia Navidero	46
	Campesinos de salud	48
	Aprendemos para salvar vidas	51
	Asociación a los centros infantiles	52
	Proyectos	55
	Minga comunitaria	57
Social		

Figura N°4
 Nombre: Revista Natabuela Índice
 Fuente: Elaboración propia

INSTALACIÓN DE TUBERÍA PARA AGUA POTABLE Y REVESTIMIENTO DE ACEQUIAS

En el Barrio 12 de diciembre, en la calle SIN del Centro Infantil Capullitos de Colomos, se realizaron los trabajos de excavación para la instalación de tubería de agua potable las mismas que reemplazarán a las mangueras que sufrían constantes daños. Este mejoramiento se lo realiza por parte de la Empresa Municipal de Agua Potable de Antonio Ante canalizado a través del Gobierno Parroquial.

Con la intervención del Gobierno Provincial de Imbabura, la coordinación del Gobierno Parroquial de Natabuela y el pedido de las respectivas Juntas de Aguas, se ejecutó el revestimiento de las acequias: El Naranjo, Cruzpambas, Chafura y Pérez. Esta obra permite el mejoramiento vial en lo que respecta a todo el tramo de la calle Fausto Castro en la parroquia San Francisco de Natabuela.

24 | Natabuela somos todos



Económico

Natabuela somos todos | 25

Figura N°5
 Nombre: Revista Natabuela Diagramación

Fuente: Elaboración propia



Figura N°6
 Nombre: Revista Natabuela Diagramación
 Fuente: Elaboración propia



Figura N°7
 Nombre: Revista Natabuela Diagramación
 Fuente: Elaboración propia



Figura N°8
 Nombre: Revista Natabuela Contraportada
 Fuente: Elaboración propia

5.8.1 Retoque de fotografías

El retoque fotográfico consiste en mejorar la imagen contraste, brillo tanto así que al momento de misión de la revista esta no pierda nada de su calidad y pueda ser un refuerzo para la información presentada.

5.9 Impactos

5.9.1 Generalidades

Aquí se consideran los resultados que se pueden generar en la creación y desarrollo de actividades y proyectos, los cuales deben ser analizados de manera cualitativa y cuantitativa.

Este capítulo contiene el análisis de los impactos que el presente proyecto de investigación generará a futuro en el Gad Parroquial de Natabuela y su entorno en el ámbito social, económico y cultural.

5.9.2 Social

La aplicación del presente proyecto de investigación tendrá una incidencia positiva dentro del ámbito social en el GA Parroquial de Natabuela, debido a que con la creación de una revista que representa un medio de comunicación, un intermediario entre las autoridades parroquiales y la sociedad, por medio de esta se logra la comunicación efectiva de todas las actividades generando un gran beneficio no solo para las autoridades sino también para la sociedad en general.

5.9.3 Cultural

Por medio de la aplicación de este proyecto se obtendrá un impacto altamente positivo en el eje cultural debido a que se disminuirá en gran parte la desinformación en la sociedad de San Francisco de Natabuela, y se fomentará la

participación de la comunidad en los eventos culturales planteados por las autoridades natabueñas, incentivando a la unión de todos los moradores y mejorando las relaciones en la sociedad de la parroquia.

5.9.4 Ambiental

Uno de los mas grande retos que tiene la aplicación de un proyecto de investigación es generar un impacto mitigante en el aspecto ambiental, debido a la importancia y sensibilidad de este eje, el presente proyecto a considerado en su investigación la mitigación de impactos ambientales por lo cual se plantea que la revista sea digital, disminuyendo el uso de papel y fomentando la modernización en los miembros de la comunidad.

6 Conclusiones

- De los resultados obtenidos en la entrevista como en las encuestas aplicadas dentro de la parroquia San Francisco de Natabuela, se concluye que existe la necesidad de la creación de una revista informativa impresa y digital para que de este modo se pueda informar de la gestión que ha desarrollado a lo largo del periodo, para así mantener un nexo de comunicación con la ciudadanía.
- En la aplicación de las encuetas se evidencio un bajo nivel de información existente en los moradores de San Francisco de Natabuela y por lo tanto el desconocimiento de la gestión tanto administrativa como social, económica y cultural.
- Como herramienta de comunicación se elaboró una revista informativa que contiene la información de todo lo que las autoridades realicen dentro de la parroquia de San Francisco de Natabuela con el fin tener un soporte cuando se realice la rendición de cuenta anual.

- Mediante la elaboración de la presente revista informativa se observó que los moradores de la parroquia San Francisco de Natabuela se encuentran informados de todo lo que el Gad ha realizado, mostrando las propuestas hechas por las autoridades dando así credibilidad a los moradores.

7 Recomendaciones

- A los directivos del Gad “San Francisco de Natabuela” se sugiera tomar en cuenta esta propuesta gráfica, además de puesta en marcha ya que con ello logrará optimizar la comunicación con los moradores, así como también mejorar su imagen al brindar una información de calidad.
- Se sugiere a los directivos del Gad de San Francisco de Natabuela”, asignar una persona que se encargue de gestionar los recursos para la publicación de la revista “Natabuela somos todos”, puesto que esta pretende ser una fuente de información autosustentable para el Gad.
- A los miembros Gad de San Francisco de Natabuela se sugiere mantener la estructura de la revista “Natabuela somos todos”, ya que está diseñada con el fin de brindar información adecuada y así garantizar la fácil comprensión de los lectores.
- Se recomienda dar un buen uso a la revista informativa “Natabuela somos todos”, puesto que así garantizará su adhesión y de esta manera será reconocida entre los moradores de la parroquia y la sociedad en general.

8 Glosario de términos

Chamiza: rama seca y delgada que se usa para encender fuego.

Chicha: Bebida obtenida de la fermentación del maíz en agua azucarada.

COOTAD: Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización.

Cultura: Incluye el conocimiento, el arte, las creencias, la ley, la moral, las costumbres y todos los hábitos y habilidades adquiridos por el hombre

Fachalina: Pañuelo indígena grande que usan las mujeres sobre los hombros.

Gad: Gobierno Autónomo Descentralizado

Gestión: Acción o trámite que, junto con otros, se lleva a cabo para conseguir o resolver una cosa.

InDesing: Es una aplicación para la composición digital de páginas desarrollada por la compañía Adobe Systems.

Minga: Reunión solidaria de amigos y vecinos para hacer algún trabajo en común, luego del cual comparten una generosa comida pagada por los beneficiados.

Bibliografía

(s.f.).

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

Bhaskaran, L. (2006). *Que es el diseño editorial*. Barcelona : Roto vision SA

Burnett, J. (1996). *Promocion conceptos y estrategias* . Santa Fe de Bogotá: McGraw-Hill Interamericana S.A.

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

Dabner, D. (Barcelona). *Diseño Grafico* . 2004: Blume.

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

Gavin Ambrose- Paul Harris. (2006). *Fundametos del Diseño Creativo*. Barcelona: CopyrightSA.

Groppe. (5 de Julio de 2018). *Groppe, una imprenta diferente* . Obtenido de <http://www.groppeimprenta.com>

Hambree, R. (2008). *El diseñador gráfico:entender el diseño gráfico y la comunicación visual*. Barcelona : Blume.

Harris, A. (2009). *Fundamentos de la tipografía*. Barcelona : Copyright AVA.

James. (18 de agosto de 2009). *Banano, origen y influencia en la economia Ecuatoriana*. Obtenido de Blogstop: <http://carlosjames-carlosjames-1.blogspot.com/>

Johhanson, R. H. (2007). *Principles of Macroeconomics* (3rd edición). Boston: McGraw-Hill/Irwin: Bernanke, Ben S.

- Julián Pérez Porto, M. M. (16 de Diciembre de 2016). *Definicion.De*.
Obtenido de <http://definicion.de/>
- Keller, K. y. (1997). *Pormocion* . Barcelona .
- López, J. B. (27 de Diciembre de 2016). *Portal Iberoamericano de Gestión Cultural*. Obtenido de <http://www.gestorcultural.org/>
- López, M. M. (Diciembre 2014). *Manual de Diseño Editorial*. Universidad la Concordia Campus Forum Internacional.
- Marvac. (30 de Mayo de 2017). Obtenido de <http://marvac-gestionandolasociedad.blogspot.com/2009/05/el-gestor-social.html>
- McCarthy Jerome, P. W. (18 de Diciembre de 1997). Marketing. En P. W. McCarthy Jerome, *Marketing* (pág. 406). McGraw-Hill Interamericana. Obtenido de <http://www.marketingintensivo.com/articulos-promocion/que-es-promocion.html>
- Mejia, J. C. (7 de Mayo de 2017). *Juan Carlos Mejia*. Obtenido de <http://www.juancmejia.com>
- Ortiz, F. R. (2004-01-01). Nueva economía y crisis del capitalismo. Ediciones Deusto - Planeta de Agostini Profesional y Formación S.L.
- Pablo, R. E. (2015). Estudio de factibilidad sobre la comunicación alternativa que fomenta la generación de contenidos periodísticos, para la población de la parroquia de San Francisco de Natabuela del canton Antonio Ante . *Estudio de factibilidad sobre la comunicación alternativa que fomenta la generación de contenidos periodísticos, para la población de la parroquia de San Francisco de Natabuela del canton Antonio Ante* . Ibarra, Ecuador : Repositorio UTN.
- Parkin, M. (2010). *Fundamentos de teoría económica* . México: Pearson Educación de México, S.A. de C. V. .
- PAZMIÑO, M. S. (22 de abril de 2010). *soyecuatoriano.com*. Obtenido de <http://cancionesecuatorianas.blogspot.com/2010/04/pasacalles.html>
- Philip, K. (2003). *Fundamentos de marketing* . USA: Prentice-Hall.
- Prado, L. P. (2009). *Política Económica, Un estudio desde la economía política* . CUDEU.

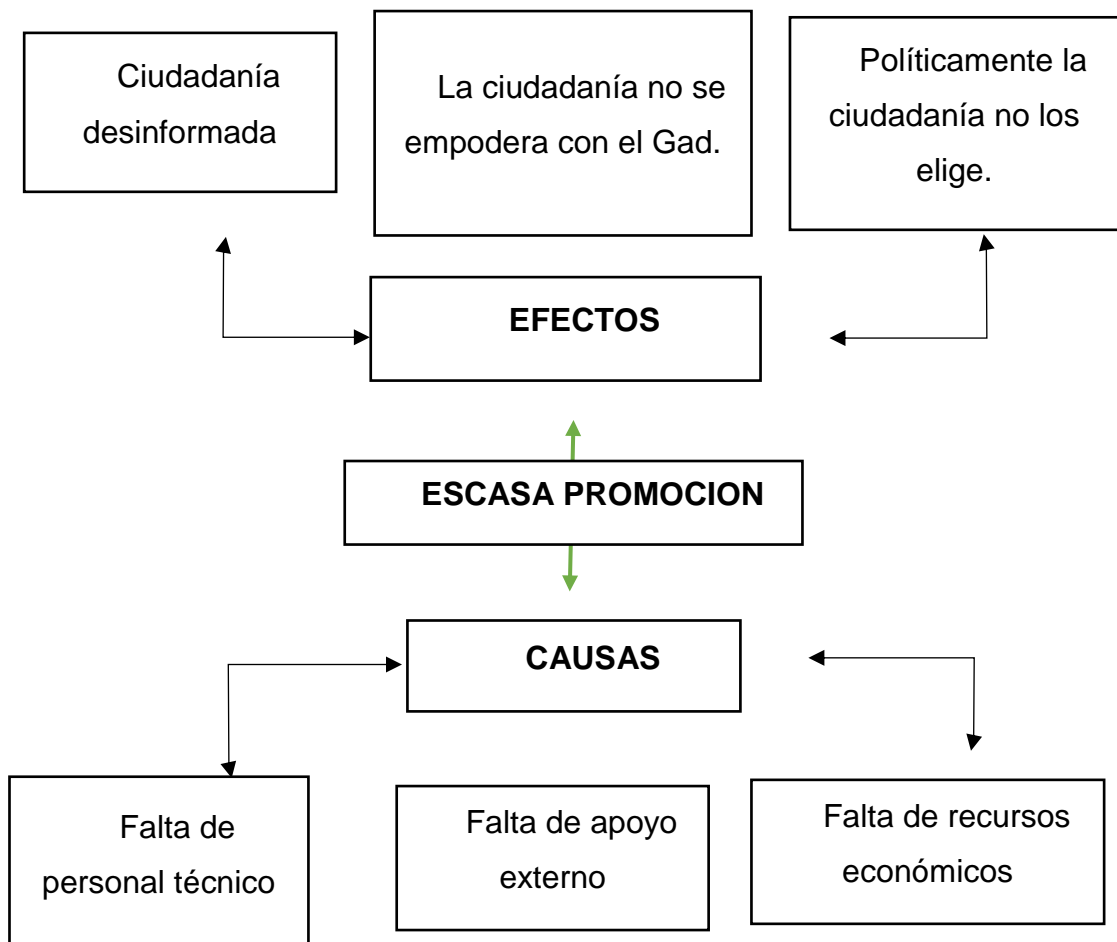
- Publicitaria, F. (5 de Julio de 2018). *Taller de medios* . Obtenido de Taller de medios : mediosentaller.blogspot.com
- Ríos, L. (14 de 10 de 2017). *Partes de una revista* . Obtenido de <https://larissaisamar.files.wordpress.com/2015/02/partes-de-una-revista.pdf>
- Risco, D. R. (2013). *La biblia del marketing* . Barcelona : Lexus editores .
- Samara, T. (2011). *Diseñar con y sin retícula*. Barcelona : Gustavo Gil, SL.
- Siza, J. (2015). *Datos, historia gobierno parroquial de natabuela* . Natabuela .
- Siza, J. (4 de Abril de 2017). Promocion de gestion social,cultural y economica del GAD parroquial de Natabuela . (X. S. Valeria Muñoz, Entrevistador)
- Social, M. d. (27 de Diciembre de 2016). *Ministerio Coordinador de Desarrollo Social*. Obtenido de <http://www.desarrollosocial.gob.ec/>
- Social, M. d. (4 de Noviembre de 2016). *Minsalud*. Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co/proteccionsocial/promocion-social/Paginas/promocion-social.aspx>
- Swan, A. (1990). *Como diseñar retículas*. Mexico: Gustavo Gil S.A. de C. V.
- Tirira. (25 de agosto de 2013). *Impulso bananero*. Obtenido de SCRIBD: <https://es.scribd.com/doc/162856921/Impulso-bananero>
- Tondreau, B. (2009). *Principios Fundamentales de Composición*. Barcelona: blume.
- Tondreau, B. (2009). *Principios fundamentales de composición 100 proyectos con retículas* . Barcelona : Blume.
- Urdanivia, F. N. (2010-01-01). De Keynes a Keynes. B - EUMED.
- Vega, J. J. (2001). *Diseño Editorial*. Mexico.
- Wikanda. (27 de Diciembre de 2016). Obtenido de La enciclopedia de Andalucía, abierta, libre y multimedia: <https://www.wikanda.es/wiki/>
- Wikipedia.org. (27 de Diciembre de 2016). *Wikipedia, La enciclopedia*. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Cultura>
- Wong, W. (2002). *Fundamentos del diseño*. Bracelona : Gustavo Gii.

Zappaterra, Y. (2007). *Diseño Editorial* . Mexico: Gustavo Gili.

Zappaterra, Y. (2007). *Diseño editorial: periodicos y revistas*. Barcelona:
Gustavo Gil SL.

Anexos

Árbol de problemas

*Recopilado por los autores*



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

ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE LA PARROQUIA RURAL DE SAN FRANCISCO DE NATABUELA

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

DATOS INFORMATIVOS

Género Masculino () Femenino() Otro.....

1 ¿Cómo considera la gestión del GAD actual?

	Muy Buena	Buena	Regular	Mala
Social	()	()	()	()
Cultural	()	()	()	()
Económica	()	()	()	()

2 ¿Ha colaborado usted con el GAD en actividades?

	Si	No
Sociales	()	()
Culturales	()	()
Económicas	()	()
Otras (Indique).....		

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

	Si	No
Página web	()	()
Revista	()	()
Otros(Indique).....		

4. ¿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).

5. ¿Por qué medios recibió la información?

	Si	No
En una Reunión	()	()
Página Web	()	()
Facebook	()	()
Twitter	()	()
Perifoneo	()	()
Radio	()	()
Tv	()	()
Medios Impresos	()	()
Otros (indique).....		

6. ¿Qué tipo de información recibió?

	Si	No
Social	()	()
Cultural	()	()
Económica	()	()
Otra (Indique).....		

7. ¿La información recibida considera que fue?

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



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

**ENTREVISTA DIRIGIDA AL LOS MIEMBROS DEL GAD
PARROQUIAL RURAL DE SAN FRANCISCO DE NATABUELA**

- 1) **¿Cuál es la principal fuente de información para los moradores de la parroquia?**

- 2) **¿Cuenta usted con el apoyo del municipio de Antonio Ate para la promoción de la parroquia?**

- 3) **¿De qué manera promociona la parte cultural de la parroquia?**

- 4) **¿Dentro de su equipo de trabajo existe una persona a quien se le asigne a tarea de realizar la promoción de la gestión social, cultural y económica del Gad?**

- 5) **¿En cuanto al presupuesto que se le asigna, cuanto dispone para la promoción de la gestión social cultural y económica del Gad?**

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

- 7) **¿Desearía usted que se desarrolle de un boletín, pagina web o revista informativa, en cual se evidencie lo que se ha realizado en su gestión?**

