



**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 GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE LA PARROQUIA RURAL DE QUIROGA DEL CANTÓN COTACACHI DE LA PROVINCIA DE IMBABURA”

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

**Línea de investigación: Desarrollo artístico, diseño y publicidad**

**Autores: Narvárez Caicedo Daniel Alejandro**

**Vélez Mejía Luis Paúl**

**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 GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE LA PARROQUIA RURAL DE QUIROGA DEL CANTÓN COTACACHI DE LA PROVINCIA DE IMBABURA”, trabajo realizado por los señores egresados: Narváez Caicedo Daniel Alejandro, Vélez Mejía Luis Paúl, 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 GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE LA PARROQUIA RURAL DE QUIROGA DEL CANTÓN COTACACHI DE LA PROVINCIA DE IMBABURA”, trabajo realizado por los señores egresados: Narváez Caicedo Daniel Alejandro, Vélez Mejía Luis Paúl, previo a la obtención del título de Licenciados en Diseño Gráfico.

Ibarra, 11 de Julio de 2018

**Para constancia firman**



MSc. Nelly Acosta O.

**DIRECTORA**



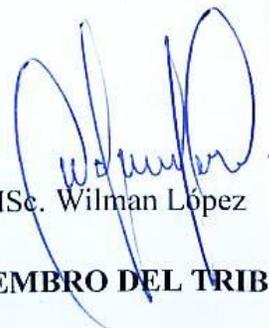
MSc. Elizabeth Ruiz

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**



MSc. Santiago Loaliza

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**



MSc. Wilman López

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

## AUTORÍA

### El presente trabajo de investigación:

“PROMOCIÓN DE LA GESTIÓN SOCIAL, CULTURAL Y ECONÓMICA DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE LA PARROQUIA RURAL DE QUIROGA DEL CANTÓN COTACACHI 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.

Ibarra, Julio 2018



Daniel Alejandro Narváez Caicedo

**C. I. 100468446-8**



Luis Paúl Vélez Mejía

**C. I. 100403667-7**

## DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo a mi Madre, quien me ha demostrado que cuento con su apoyo en todo momento, dándome las fuerzas necesarias y la motivación para seguir adelante, aun cuando todo parecía desmoronarse ella estaba ahí dispuesta a ayudarme, y sobre todo, por ser una persona admirable y ejemplar. A mis Abuelitos, que de igual manera me han brindado su apoyo siempre, y han sabido velar por mi bien estar, son mi motor e impulso para salir adelante y llenarlos de orgullo por todo lo que han hecho por mí.

A toda mi familia, por estar siempre unida y apoyándonos mutuamente en los buenos y malos momentos, superando las adversidades que se nos presentan, y más aún en estos tiempos difíciles.

- *Paúl...*

Para mis padres y hermanos

Agradezco a mis seres queridos por todo su apoyo cariño y amor de mis padres los cuales fueron clave para lograr esta meta de vida, gratitud a sus concejos, paciencia y enseñanzas de para ser una persona de bien. A mis hermanos por acompañarme en toda situación, ayuda en todas circunstancias, alegrías incondicionales y sobre todo sus gracias de cada día y sobre todo a mis sobrinos por por esos momentos de locura, felicidad y comedia sobre todo.

A mi familia dedico esta meta cumplida.

Les soy eternamente agradecido por ser el motivo principal de mi superación, y darme todo el ánimo que necesito para no darme por vencido en la vida y aspirar a mucho más a futuro.

*Daniel.*

## AGRADECIMIENTOS

Extendemos nuestro más sincero agradecimiento a nuestras familias, por haber estado apoyándonos desde el inicio en la elaboración de este trabajo, el cual nos llevó mucho tiempo y esfuerzo, pero que al final se logró el objetivo. Después de un arduo trabajo en conjunto, con altos y bajos, decepciones y obstáculos que se presentaron en el camino mientras desarrollábamos nuestro proyecto, a pesar de ello, teníamos quienes nos respaldaban y daban los ánimos suficientes para seguir esforzándonos y culminar esta gran etapa de nuestras vidas.

A nuestros amigos, y conocidos que también se sumaron de alguna manera y nos brindaron su apoyo y buenos deseos, dándonos la confianza para seguir adelante, hacia nuestra meta.

También agradecemos el apoyo del Presidente del GAD de Quiroga el Sr. Iván Lozano por permitirnos desarrollar nuestro trabajo de grado en beneficio de la Parroquia, a la Sra. Delia Calderón, Secretaria Tesorera por estar siempre dispuesta a brindarnos todo tipo de información requerida.

Y como no agradecer a todos los profesores que tuvimos durante nuestra estancia como estudiantes, por aportar todo lo que sabían para nuestro desarrollo y formación como profesionales del Diseño. Sin más que decir, un gracias infinito a nuestra Directora de Tesis, la Msc. Nelly Acosta, por la paciencia y apoyo que nos brindó durante el desarrollo de nuestro trabajo.

Gracias Totales.

## RESUMEN

El propósito del trabajo de grado fue diagnosticar en el Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia rural de Quiroga la gestión social, cultural y económica que ejerce durante el periodo de septiembre 2016 – Junio 2018. Para este proyecto se realizó una ardua investigación, con la que inicialmente se redactó la contextualización del problema donde se acota la escasa promoción e información de la parroquia rural de Quiroga, conjuntamente con los objetivos propuestos y la justificación, se argumentó las razones de haber hecho este diagnóstico, que aportes se obtiene y como esto beneficiará y a quien. Continuando con la elaboración de este proyecto se construyó un Marco teórico, de manera que se investigó sus respectivos temas relacionados a la promoción, gestión social, cultural, económica, diseño, diseño editorial cuya fuente se investigaron en libros, internet, páginas web y revistas. Posterior a eso se realizó el Marco Metodológico, donde se determinó los tipos de investigación, métodos técnicas e instrumentos utilizados, como las encuestas y entrevistas aplicadas basadas en la promoción de la gestión social, cultural y económica, mismas que se analizaron y se representaron por medio de cuadros y de barras donde se muestra el resultado obtenido, explicando analíticamente cada una de las preguntas establecidas en la encuesta dirigida a la población de la parroquia y, la entrevista exclusivamente dirigida al presidente del GAD rural de Quiroga. Luego se redactó las conclusiones y recomendaciones enfocadas en los objetivos propuestos, de manera que sirvieron de guía para la elaboración de la revista digital. Una vez concluida la revista se realizó un manual de línea gráfica, donde se explica la diagramación como los elementos textuales y gráficos que conforman la revista, fotografías, tipografías, imágenes, secciones, artículos, colores y composición. De esa forma la revista digital garantiza una promoción eficaz de las gestiones que realiza el GAD rural de Quiroga, dando conocimiento e informando a la población de la parroquia toda actividad efectuada.

Palabras claves: Diseño Gráfico, Revista, Promoción. GAD parroquial rural de Quiroga

Abstract

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	14
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS</b> .....	15
<b>CAPÍTULO I</b> .....	18
1.1 Problema de investigación .....	18
1.2 Contextualización del problema.....	19
1.3 Justificación.....	21
1.4 Objetivos .....	22
1.4.1 Objetivo General.....	22
1.4.2 Objetivos específicos .....	22
1.4.3 Preguntas de investigación .....	22
<b>CAPÍTULO II</b> .....	24
<b>2. MARCO TEÓRICO</b> .....	24
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	24
2.1 Promoción .....	24
2.1.1 Tipos de promoción .....	25
2.1.2 Importancia de la promoción .....	27
2.1.3 Elementos de la promoción .....	28
2.2 Gestión social .....	29

	10
2.3 Gestión cultural .....	29
2.4 Gestión económica .....	29
2.5 El diseño .....	30
2.5.1 El lenguaje visual .....	31
2.5.2 Elementos del diseño .....	31
2.5.2.1 Elementos conceptuales .....	32
2.5.2.2 Elementos visuales .....	33
2.5.2.3 Elementos de relación .....	33
2.5.2.4 Elementos prácticos .....	34
2.6.1 El diseño gráfico .....	34
2.6.2 Comunicación visual .....	36
2.6.3 Diseño gráfico y la percepción visual .....	37
2.6.4 El diseño gráfico y los medios de comunicación .....	38
2.7 Diseño editorial .....	39
2.7.1 Tipos de diseño editorial .....	40
2.7.2 Importancia del diseño editorial .....	42
2.7.3 Elementos gráficos .....	42
2.7.4 Página y su composición .....	43
2.7.5.1 La Retícula .....	44
2.7.5.2 Clasificación de las retículas .....	44

	11
2.7.5.3 Componentes de la maquetación .....	45
2.7.6 Tipografía .....	47
2.7.7 Revista digital .....	47
2.8 Provincia de Imbabura .....	48
2.8.1 Cantón Cotacachi.....	48
2.8.1.1 Parroquia Rural de Quiroga.....	49
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>50</b>
<b>3. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>50</b>
3.1 Tipos de investigación.....	50
3.1.1 Investigación bibliográfica .....	50
3.1.2 Investigación de campo .....	51
3.1.3 Investigación Descriptiva .....	51
3.1.4 Investigación Propositiva .....	51
3.2 Métodos.....	51
3.2.1 Método Inductivo .....	52
3.2.2 Método Deductivo .....	52
3.2.3 Método Analítico.....	52
3.2.4 Método Estadístico .....	52
3.2.5 Método Específico .....	52
3.3 Técnicas.....	53

	12
3.3.1 Instrumentos .....	54
3.4 Matriz Categorial.....	55
3.5 Población o universo .....	56
3.6 Muestra.....	57
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>58</b>
<b>4. ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA</b>	
<b>APLICADA EN LA PARROQUIA RURAL DE QUIROGA .....</b>	<b>58</b>
4.1 Entrevista realizada al presidente del GAD de Quiroga .....	71
<b>CAPÍTULO V.....</b>	<b>78</b>
5.1 Propuesta .....	78
5.2 Justificación.....	78
5.3 Fundamentación teórica .....	79
5.4 Objetivos .....	82
5.4.1 General.....	82
5.4.2 Específicos.....	82
5.5 Ubicación Sectorial y Física (MAPA) .....	83
5.6 Desarrollo de la propuesta.....	83
5.7 Impactos .....	90
5.7.1 Impacto Social .....	90
5.7.2 Impacto Cultural .....	91

5.8 Difusión.....	91
5.9 Conclusiones .....	91
5.10 Recomendaciones.....	92
5.11 Contestación a las preguntas de investigación .....	93
5.12 Glosario de Términos en orden alfabético (a-z).....	94
5.13 Bibliografía.....	97

**ÍNDICE DE TABLAS**

Tabla N° 1 Género.....	51
Tabla N° 2 Gestión Social del GAD actual.....	52
Tabla N° 3 Gestión Cultura del GAD actual.....	53
Tabla N° 4 Gestión Económica del GAD actual.....	54
Tabla N° 5 Actividades sociales con el GAD.....	55
Tabla N° 6 Actividades culturales con el GAD.....	56
Tabla N° 7 Actividades económicas con el GAD.....	57
Tabla N° 8 Socializar actividades mediante una Revista.....	58
Tabla N° 9 Socializar actividades mediante Página Web.....	59
Tabla N° 10 Informar las actividades periódicamente.....	60
Tabla N° 11 Medios por los que se recibió información.....	61
Tabla N° 12 Tipo de información recibida.....	62
Tabla N° 13 Calificación información recibida.....	63

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Género.....	51
Gráfico N° 2 Gestión Social del GAD actual.....	52
Gráfico N° 3 Gestión Cultura del GAD actual.....	53
Gráfico N° 4 Gestión Económica del GAD actual.....	54
Gráfico N° 5 Actividades sociales con el GAD.....	55
Gráfico N° 6 Actividades culturales con el GAD.....	56
Gráfico N° 7 Actividades económicas con el GAD.....	57
Gráfico N° 8 Socializar actividades mediante una Revista.....	58
Gráfico N° 9 Socializar actividades mediante Página Web.....	59
Gráfico N° 10 Informar las actividades periódicamente.....	60
Gráfico N° 11 Medios por los que se recibió información.....	61
Gráfico N° 12 Tipo de información recibida.....	62
Gráfico N° 13 Calificación información recibida.....	63

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura No.1 Portada y contraportada revista El Quiroguense.....	76
Figura No.2 Páginas internas de la revista (créditos y editorial).....	76
Figura No.3 Revista (miembros del GAD, Misión y Visión).....	77
Figura No.4 Páginas internas de la revista (Índice de contenidos).....	77
Figura No.5 Historia de la Parroquia de Quiroga.....	77
Figura No.6 Portada sección Fé, cultura y tradición revista El Quiroguense.....	78
Figura No.7 Sección Fé, cultura y tradición.....	78
Figura No.8 Sección Fé, cultura y tradición.....	78
Figura No.9 Sección Fé, cultura y tradición.....	79
Figura No.10 Sección Fé, cultura y tradición.....	79
Figura No.11 Sección Fé, cultura y tradición.....	79
Figura No.12 Portada sección En unión con el pueblo.....	80
Figura No.13 Sección En unión con el pueblo.....	80
Figura No.14 Sección En unión con el pueblo.....	80
Figura No.15 Sección En unión con el pueblo.....	81
Figura No.16 Portada Sección Quiroga progresa.....	81

Figura No.17 Sección Quiroga progresas.....	81
Figura No.18 Portada Sección Variedades.....	82
Figura No.19 Galería de fotos.....	82
Figura No.20 Portada y contraportada Manual de línea gráfica.....	89
Figura No.21 Índice de contenidos del Manual.....	89

## CAPÍTULO I

### 1.1 Problema de investigación

#### Antecedentes

A pocos 3 kilómetros del Cantón Cotacachi, a los pies del majestuoso Volcán, la mama Cotacachi, se encuentra la Parroquia de Quiroga. Geográficamente situada al Sur - Oeste de la provincia de Imbabura y al noreste del Cantón Cotacachi. A sus alrededores recorren dos riachuelos (Pichavi y Pinchanviche), Quiroga está situada en un punto primordial por el enlace que tiene entre la vía a Otavalo y la vez con la carretera que conduce a la Laguna de Cuicocha.

En un principio la Parroquia constituía grandes extensiones de terreno en la propiedad de algunos Capitalistas, quienes generosamente fueron cediendo para formar lo que se llamaría Tiopamba, denominación hacia las tierras arenosas del sitio.

A principios del siglo XIV, Tiopamba configuraba un caserío más del cantón Cotacachi. Un relato dice que:

“Por el accionar y empeño de sus gentes, que anhelaba ver florecer a su pueblo, se va ampliando en su territorio; y dentro de lo ya constituido se forma una hermosa plaza frente a la iglesia colonial donde propios y extraños veneran la imagen milagrosa de María Auxiliadora y en sus alrededores, polvorientos callejones donde se encuentran el cabalgar de los primeros medios de transporte.” (Aranha, 2009)

Hace 105 años, el 19 de marzo de 1913, el caserío de “Tiopamba” pasó a ser Parroquia civil, con el nombre de Quiroga. Es la Parroquia más próxima a la cabecera cantonal (3 km). Entre sus comunidades con más relevancia esta Cumbas Conde, Cuicocha, Domingo Sabio, El

Punge y otras. En su jurisdicción en la actualidad ha tomado impulso el cultivo masivo de flores de exportación.

Las principales actividades económicas a las que la población se dedica son la agricultura, ganadería e industrias manufactureras.

“En la parroquia existen 12 poblados como son Cumbas Conde, San José del Punge, San Antonio del Punge, San Martín, Domingo Sabio, Cuicocha, La Victoria, Guitarra Uco, Ugshapungo, Arrayanes, San Nicolás y Quiroga como cabecera parroquial. Posee una trama vial que conecta a los poblados y sus alrededores y la principal arteria que conecta con la laguna de Cuicocha”. (Suarez, Actualización del plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia Quiroga 2015 - 2019, 2015)

## **1.2 Contextualización del problema**

El problema que se ha identificado dentro del gobierno autónomo descentralizado rural de la parroquia de Quiroga es la inadecuada promoción y comunicación de la gestión social, cultural y económica que anualmente desarrolla dentro de la parroquia.

Redactado de una manera técnica, el problema se cuestionaría de la siguiente forma ¿Existe una apropiada promoción de la gestión social, cultural y económica del GAD de la parroquia rural de Quiroga?

El problema se origina desde el mismo GAD, por la falta de incentivo acerca de hacer pública sus actividades en beneficio de la parroquia rural de Quiroga. Esto no quiere decir que la gestión social, cultural y económica que desarrollan durante el periodo 2017 - 2018 no se haya promocionado de alguna forma. El medio por el cual se intenta informar a los

pobladores de la parroquia rural de Quiroga es a través de una red social como el Facebook, pero aun así no tiene el alcance estimado para su promoción.

No obstante, este tipo de promoción no es lo suficientemente efectiva para dar a conocer las actividades que el GAD de la parroquia rural de Quiroga realiza.

Las principales razones que generan el problema anteriormente planteado, podrían resumirse de la siguiente manera:

El GAD parroquial rural de Quiroga carece de personal técnico y especializado en el área de Diseño Gráfico, ya que estos son de suma importancia en la promoción de la gestión que desempeña. Esto genera un problema en el manejo del estilo gráfico, ya que al promocionar ciertos ámbitos sociales acuden con diferentes diseñadores quienes solo se centran en realizar su trabajo, más no en promocionar usando la identidad y colores corporativos del GAD de la parroquia rural de Quiroga.

Los miembros pertenecientes al GAD rural de Quiroga no han incentivado la promoción con las estrategias pertinentes como los medios por los cuales se puede informar a la población de la gestión que realizan durante su periodo 2017 - 2018.

El problema planteado tiene importantes efectos o consecuencias entre los principales que deben ser tomados en cuenta son los siguientes:

Las personas de la parroquia rural de Quiroga no están debidamente informadas de las actividades que el GAD realiza, esto genera desconfianza hacia el GAD y a las personas que están a cargo.

Además de la población desinformada por la falta de promoción de la gestión realizada, las personas no sienten esa atracción positiva hacia el GAD, y esto puede llevar a especulaciones mal interpretadas por las personas.

### **1.3 Justificación**

Un GAD parroquial bien promocionado de sus actividades realizadas en beneficio de las personas es significativo, por lo cual requieren de diseñadores gráficos para llevar a cabo un proyecto publicitario, esto puede ser de primordial importancia debido a propaganda y proyección que este implemente, con la cual se quiere dar a conocer la gestión con una revista publicitaria que guíe, dé a conocer e informe a los moradores locales acerca de los avances y proyectos en curso dando así una rendición de cuentas con mayor facilidad debido que hace falta promoción del GAD.

El presente proyecto de investigación tendrá mucha relevancia dentro de la parroquia de Quiroga y sobre todo a sus pobladores, ya que se dará a conocer e informar con un producto publicitario diseñado para la promoción de la gestión social, cultural y económica del GAD de la parroquia rural de Quiroga.

Los beneficiarios directos que harán uso de este producto publicitario son principalmente jóvenes, adultos y el ámbito familiar de la población de Quiroga. Sin descartar de estos beneficios al presidente del GAD y sus colaboradores al dar a conocer el trabajo que se desempeña. Recalcando que al ser un producto publicitario impreso la veracidad de la fuente de información es netamente confiable.

Este producto impreso beneficiara significativamente al GAD y a la parroquia rural de Quiroga debido a la gran cantidad de turistas que visitan de paso la parroquia al dirigirse a Cuicocha, de esta manera se está potenciando aún más el turismo local.

## **1.4 Objetivos**

### ***1.4.1 Objetivo General***

- Promocionar la gestión social, cultural y económica que el Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia rural de Quiroga del cantón Cotacachi desarrolla mediante el diseño de estrategias de promoción.

### ***1.4.2 Objetivos específicos***

- Sentar las bases técnicas y científicas relacionadas al diseño y la promoción de la gestión social, cultural y económica del Gobierno Autónomo Descentralizados mediante la construcción de un marco teórico.
- Realizar un diagnóstico técnico en la población del Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia rural de Quiroga, que permita conocer la realidad y percepción de la promoción de la gestión social, cultural y económica.
- Diseñar una revista digital en conjunto con un manual de línea gráfica como estrategia de promoción de la gestión social, cultural y económica del Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia rural de Quiroga.

### ***1.4.3 Preguntas de investigación***

- ¿Cuáles son las bases de fundamentación relacionadas al diseño y a la gestión social, cultural y económica del GAD parroquial de Quiroga mediante la construcción de un marco teórico?

- ¿Es prescindible realizar un análisis dentro del GAD parroquial de Quiroga para estar al tanto del enfoque de dar a conocer la gestión social, cultural y económica a la población?
- ¿Cómo diseñar una revista digital y un manual de línea grafica como un medio de promoción de la gestión social, cultural y económica que realiza el GAD parroquial de Quiroga?

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### INTRODUCCIÓN

##### 2.1 Promoción

La promoción es una manera de transmitir un mensaje u ofrecer un producto generando un mayor consumo de manera persuasiva para que de esta manera el consumidor o la población adquieran o hagan uso de dicho servicio o producto.

La clave de una buena promoción es ofrecer o generar al público consumidor un estímulo para la compra de un producto o servicio, lo que genera un incremento de las ventas.

Según (Chong, 2000) menciona que: “Existen diferentes estrategias de promoción de ventas que, desde luego, conlleva distintos objetivos. Algunas funcionan bien para un tipo de producto y otras no; o bien, dos promociones pueden tener el mismo resultado, pero una con un costo menor que la otra”.

Hay que entender que la promoción esta conjuntamente ligada con el marketing y la publicidad, por lo tanto hay que saber en qué consisten estos.

- El marketing es un método de satisfacer las necesidades requeridas por el cliente o consumidor. (Armstrong, 20011) manifiesta que: “El reto del marketing es atraer nuevos clientes a través de una ventaja competitiva superior a la competencia y conservar y mantener a los clientes actuales mediante su satisfacción”.

Dentro del marketing se encuentra una clasificación, por un lado tenemos el marketing comercial, y por otro lado está el marketing no comercial. El marketing comercial tiene como objetivo obtener una ganancia económica, mientras que el marketing no comercial carece de fines lucrativos debido al tipo de información impartida por así decirlo, el marketing no comercial se usa para causas sociales, ámbitos religiosos, educación, cultura, político y salud, estas son áreas en las que está inmersa el marketing no comercial.

Como aspecto importante, en el marketing político se menciona que: “Es el conjunto de técnicas empleadas para conocer características, deseos, necesidades, así como aspiraciones de poblaciones humanas con capacidad de elegir a sus gobernantes” (Kirchner, 2016)

- Publicidad es la forma de transmitir un mensaje hacia un público objetivo a través de los medios de comunicación masivos. Según (Peña, 2005) define lo siguiente: “Es una ciencia de aplicación práctica que consiste en comunicar las ventajas de un producto determinado a un público específico, con la finalidad de que estas actúen a favor de la firma que patrocina la publicidad”.

### ***2.1.1 Tipos de promoción***

De acuerdo con la relación que existe entre la promoción y marketing publicitario, encontramos diferentes medios por los cuales se puede efectuar dicha promoción.

- **Publicidad:** la publicidad puede realizarse a través de los medios masivos como televisión o radio, en medios impresos como los diarios, revistas, afiches, vallas o volantes.

- **Fichas o láminas:** consiste en adjuntar láminas al producto o envase con el fin de que los consumidores las coleccionen y al reunir un número determinado de ellas puedan canjear por algún otro producto.
- **Premios:** consiste en obsequiar gratuitamente algún producto por la compra de otro.

Este tipo de promociones son las que estratégicamente se utiliza para dar a conocer al target sobre un producto o servicio. “Entendiendo esto de otro modo, esta promoción se relaciona del modo efectivo de la promoción efectiva de los resultados de la estrategia del marketing a las audiencias objetivo” (Burnett, El significado de promoción, 1996).

En base a estos conceptos, una estrategia de promoción para llegar a la interacción del público objetivo son las redes sociales, ya sea Facebook o Instagram, que son las más usadas a nivel local, nacional y mundial.

A través de estos medios sociales se puede promocionar o anunciar productos o servicios pertinentes a las necesidades del público objetivo, señalando que es una estrategia efectiva hoy en día por el avance de la tecnología y el fácil acceso que tienen las personas a la misma, como resultado se obtiene un gran alcance dentro de estos medios y, conocimiento de las personas sobre el tipo de producto o servicio en promoción.

La característica de estos medios sociales, es la facilidad y rapidez con la que circula la información ya sea de cualquier tipo, publicitario o social. La población interactúa y reacciona al tipo de información que este navegando en la red, en este caso las redes sociales, el alcance de la información resulta cuantitativo respecto al número de interacciones que se

obtiene dentro de alguna publicación, por lo que es una fuente fiable para ejercer promoción de algún producto, servicio o información.

### ***2.1.2 Importancia de la promoción***

El objetivo principal de la promoción radica en el impacto visual o emocional que se logre generar en el público al que se dirige, ya sea a través de publicidad o marketing, independientemente del producto o servicio que se quiera promocionar. Y para efectuar esto, es necesario recurrir al diseño, para que, por medio de piezas graficas se logre el impacto propuesto hacia el público objetivo.

Según (Cateora, 1995) manifiesta que: “Una mezcla de promoción bien diseñada incluye la publicidad, la promoción de ventas, la venta personal y las relaciones públicas; todas ellas se refuerzan mutuamente y se enfocan hacia un objetivo común: la venta con éxito del producto”.

Hay que considerar algunos parámetros que se establecen para realizar la promoción de un producto o servicio.

- **Conocimiento del público objetivo:** se da a conocer el producto o servicio haciendo propaganda del mismo.
- **Comprendiendo al público objetivo:** se hace promoción con fines sencillos y entendibles de fácil comprensión del producto.
- **Generar incentivo:** el producto o servicio de captar la atención del público objetivo.

- **Al alcance de todos:** el producto o servicio en promoción de ser accesible para todas las personas sin ninguna restricción.

### ***2.1.3 Elementos de la promoción***

Para promocionar un producto o servicio, hay que tomar en cuenta algunos elementos que constituyen en el proceso de comunicación sobre un producto, cuyo objetivo se centra en la persuasión del consumidor y motivar a la compra del producto/servicio.

Según (Burnett, Crear una estrategia, 1996) expresa que: “El proceso de planeación de los medios de comunicación se inicia con un análisis de la situación y continua con el establecimiento de los objetivos de los medios”.

Para analizar y crear una estrategia se debe tomar en cuenta los siguientes términos:

- **Definición de la población objetiva:** se refiere al mercado objetivo que se dirige.
- **Objetivos del mensaje:** enfocarse en el resultado que se quiere obtener de un producto/servicio.
- **Estrategia del mensaje:** la manera por la cual se quiere conseguir el objetivo como: motivaciones, impacto, formato, contenido.
- **Selección y planeación de medios por utilizar:** se refiere a los medios por el cual se efectuara la promoción, y el alcance o frecuencia del producto, además del tiempo que estará en el mercado.

- **Costos:** los costos varían indistintamente según el producto o servicio, dependiendo de los recursos disponibles.

## **2.2 Gestión social**

La gestión social es la cual involucra a los pobladores en participaciones sociales como: eventos, música, danza, tradiciones, cultura y cosas por el estilo. Implica la interacción entre diversos actores, como los gobernantes, las empresas, las organizaciones civiles y los ciudadanos. (Larrea, Políticas, 2011) Menciona que: “La gestión social promueve el desarrollo humano integral de la comunidad”

Dentro del GAD de la parroquia rural de Quiroga cuentan con la colaboración de una comunicadora social, la que se encarga de hacer público por medio de redes sociales (Facebook) en cuanto a las actividades que desarrolla el mismo GAD.

## **2.3 Gestión cultural**

La gestión cultural se refiere a los ámbitos tales como las tradiciones establecidas dentro de la sociedad, su vestimenta o idioma. (Larrea, Políticas, 2011) Expresa que: “la gestión cultural consolida la identidad y multiétnica de la provincia”.

Los eventos culturales dentro de la parroquia de Quiroga tienen mucha relevancia, es por eso que la mayoría del capital presupuestado se invierte en este tipo de eventos para fomentar la unión entre los pobladores y miembros políticos del GAD.

## **2.4 Gestión económica**

La gestión económica consiste en administrar todo ingreso y gastos económicos, ya sea por la inversión en espacios de uso de la población, en la implementación de servicios o

en recursos materiales y humanos. (Larrea, Políticas, 2011) Manifiesta que: “La gestión económica promueve el desarrollo sustentable y la competitividad de Imbabura”

El GAD rural de Quiroga anualmente recibe un presupuesto, el cual se administra para realizar eventos o actividades que conciernen a la parroquia.

## **2.5 El diseño**

El diseño se entiende que es un proceso de creación, generalmente consiste en generar piezas gráficas visuales y que conllevan un propósito en particular, debe transmitir un mensaje único ante la vista del público al que va dirigido mediante piezas gráficas, las cuales deben ser funcionales a la hora de resolver problemas, exigencias o ya sean necesidades dentro de la sociedad. (Mays, 2003) menciona que:

“Creo que un buen diseño se basa en tres elementos: simplicidad, credibilidad y las aspiraciones del consumidor. El deber de un diseñador es crear un diseño que comunique la naturaleza del producto, conecte emocionalmente con el consumidor y, hacer posible, amplíe el vocabulario del género”.

El diseño es universal, todo lo que vemos a nuestro alrededor esta previamente diseñado y cumpliendo las exigencias demandadas por el consumidor. (Heskett, 2002) expresa que: “El diseño consiste en Diseñar un diseño para producir diseño”.

La creación de un diseño visual no solo debe ser estético sino funcional, dependiendo de las tendencias que se estén manejando en la actualidad.

Según (Best, 2009) manifiesta que: “El diseño es un proceso de resolución de problemas centrado en las personas. El verbo diseñar significa planificar, crear o idear,

es decir, se trata de un proceso, una práctica y una forma de pensar. Por su parte, el sustantivo “diseño” define la forma y la función, es el resultado del proceso de diseñar algo”.

Un diseño abarca distintas formas y elementos, los cuales se aplican con técnicas variadas para dar un significado concreto y, que visualmente comunique el contenido de forma eficiente persuadiendo al consumidor estimulando sus emociones. (Wong W. W., Comunicación, 2004) expresa lo siguiente: “El diseño puede comunicar un mensaje cuando incorpora palabras, símbolos o formas de representación que el observador entiende al instante”.

### ***2.5.1 El lenguaje visual***

El lenguaje visual es una interpretación que se hace respecto a una imagen. A diferencia del lenguaje oral o escrito cuya características son el de seguir un ordenamiento lineal, en el lenguaje visual no sucede lo mismo. El lenguaje visual no se lee de manera literal, hay que interpretarlo dependiendo del o los elementos que conforman dicha imagen o expresión gráfica.

Según (Wong W. , El lenguaje visual, 2012) expresa que: “El lenguaje visual es la base de la creación del diseño”. Todo pintor, artista o diseñador que se interesa por el lenguaje visual a través del diseño, debe dar una caracterización grafica visible, con un concepto que de personalidad propia a la representación gráfica.

### ***2.5.2 Elementos del diseño***

Los elementos están relacionados entre sí, y no pueden estar separados completamente dentro de una propuesta grafica visual.

Los elementos que podemos distinguir son cuatro:

- Elementos conceptuales.
- Elementos visuales.
- Elementos de relación.
- Elementos prácticos.

Cada uno de estos funciona de manera conjunta, generando un concepto visual de forma que el receptor capte el mensaje propuesto.

Según (Parera, Principios básicos, 2005) Estos principios básicos son leyes específicas que facilitan la estructuración de los elementos gráficos. Son, por decirlo de otra forma, relaciones de influencia entre las partes componentes de los elementos gráficos o relaciones entre los componentes de las composiciones gráficas.

#### ***2.5.2.1 Elementos conceptuales***

Hay que entender que los elementos conceptuales no son o no tienen cuerpo físico, no podemos ver, es una interpretación que se hace referente a toda una composición la cual estamos presenciando.

- Punto: Este indica posición.
- Línea: Es la sucesión de puntos seguidos entre si formando una línea.
- Plano: Es la sucesión de líneas que conjuntamente forman un plano.
- Volumen: Es la sucesión de un plano en movimiento que al juntarse conforman un volumen.

Para entender la referencia hacia los elementos conceptuales, nos explica (Wong W. , Elementos conceptuales, 2012) con el siguiente ejemplo:

“Creemos que hay un punto en el ángulo de cierta forma, que hay una línea en el contorno de un objeto, que hay planos que envuelven un volumen y que un volumen ocupa un espacio. Estos puntos, líneas, planos y volúmenes no están realmente allí; si lo están, ya no son conceptuales”.

### ***2.5.2.2 Elementos visuales***

Son elementos los cuales podemos ver directamente y determinar ya sea por las siguientes características:

- **Forma:** es la esencia que se percibe de un objeto en su forma física.
- **Medida:** es la descripción y magnitud de una distancia a otra.
- **Color:** es una gama de tonalidades que conforman el círculo cromático.
- **Textura:** es lo que se percibe de la superficie de la forma u objeto.

Algo relevante que menciona (Wong W. , El lenguaje visual, 2012) es lo siguiente: “Los elementos visuales forman la parte más prominente de un diseño, porque son lo que realmente vemos”.

### ***2.5.2.3 Elementos de relación***

Se define que: “Este grupo de elementos gobierna la ubicación y la interrelación de las formas en un diseño. Algunos pueden ser percibidos como la dirección y la posición; otros pueden ser sentidos, como el espacio y la gravedad”. (Wong W. , Elementos de relación, 2012)

- **Dirección:** La dirección de la forma depende del marco que la contiene o con otras formas cercanas.
- **Posición:** La posición de una forma depende por su relación respecto al cuadro o la estructura de diseño.
- **Espacio:** Las formas definitivamente ocupan un espacio que a su vez este puede estar ocupado o no por una forma, el espacio puede ser liso o ilusorio semejando profundidad.
- **Gravedad:** La sensación de gravedad con respecto a una forma es psicológica, el observador atribuye a la forma su peso o liviandad, dependiendo de su percepción.

#### *2.5.2.4 Elementos prácticos*

Los elementos prácticos subyacen el contenido y el alcance de un diseño.

- **Representación:** Cuando una forma ha sido sustraída de la naturaleza, esta puede ser realista, estilizada o abstracta.
- **Significado:** El significado se le atribuye cuando el diseño contiene un mensaje.
- **Función:** La función actúa cuando el diseño cumple objetivo demandado.

Estos elementos son sumamente importantes a la hora de interpretar un diseño, ya que la relación entre estos e implementándolos correctamente en una pieza gráfica genera en el receptor un impulso susceptible al observar.

### **2.6.1 El diseño gráfico**

El diseño gráfico consiste en transmitir un mensaje o una idea a través de una interpretación gráfica, que visualmente comunique al receptor y que a su vez capte el enfoque del mensaje transmitido.

El diseño gráfico “Es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales producidas en general por medios industriales y destinados a transmitir mensajes específicos a grupos determinados”. (Frascara, Diseño gráfico y comunicación, 2000)

Se entiende que el diseño gráfico es una práctica aplicada a la difusión de mensajes visuales que abarcan contenido específico dirigido a un público en concreto. Según (Parera, Elementos y principios básicos, 2005) define que: “Es el uso de los elementos gráficos para estructurar mensajes en diferentes medios. Los elementos pueden ser semejantes, pero la composición grafica de estos elementos da al mensaje grafico infinitas posibilidades”.

De épocas remotas el diseño gráfico va ligado a inicios artísticos llevando a la pintura publicitaria a cumplir una necesidad y dar a conocer, el diseño en si es usado en todo campo laboral tanto para formular ideas y conceptos como a mover masas.

El diseño gráfico es el proceso de comunicación en el cual encontramos inmerso a la publicidad con el objetivo de comunicar a través de medios como: carteles, periódicos, revistas. Incluso medios digitales, tales como la televisión, internet y radio.

Según (Bridgewater, 1992) menciona que: “El Diseñador actúa como un mediador que lleva un mensaje del cliente al consumidor”

Se puede decir que el diseño gráfico es un tipo de comunicación que requiere de los medios de comunicación para su ejecución, estableciendo una relación entre emisor y receptor y que a su vez genere una retroalimentación. (Leonor Arfuch, 1997) Expresa que: “El objetivo del diseño gráfico es la comunicación visual, necesaria para la vida social”.

### 2.6.2 Comunicación visual

Es comunicar a través de imágenes, formas, signos o símbolos que correctamente organizados en una pieza grafica sea estéticamente agradable a la vista o percepción del individuo.

Las características esenciales de la comunicación visual son: “Las palabras pueden tener significados concretos, los símbolos sugerir asociaciones claras, las formas de representación están basadas en objetos físicos y fenómenos observables de nuestra experiencia cotidiana y las formas abstractas que expresan sentimientos y emociones”. (Wong W. W., Comunicación, 2004)

Un diseñador por lo general hace uso de estos elementos para aplicar en una pieza gráfica, su conocimiento, intelecto y percepción. El diseñador que mejor se desenvuelva en estos ámbitos es quien lograra un mejor resultado en su propuesta visual, de manera que el espectador capte efectivamente y de forma rápida el mensaje.

Según (Munari, 2005) menciona que: “La comunicación visual se produce por medio de mensajes visuales, que forman parte de la gran familia de todos los mensajes que actúan sobre nuestros sentidos, sonoros, térmicos, dinámicos, etc”.

Una buena comunicación visual prescinde de tres elementos importantes:

- **Mensaje Visual.** Es el concepto o idea que se transmite
- **Soporte.** Es un conjunto de elementos u objetos que componen el mensaje y lo hacen visible: textura, forma, estructura, módulo, movimiento

- **Información.** Es el contenido que se muestra al espectador, y que este tenga conocimiento de lo que observa.

Para que la comunicación visual surja efecto, debe llamar la atención del espectador, ya sea por un estímulo o impulso emocional. No obstante esto depende de la fuerza que ejerza el mensaje y la persuasión hacia el individuo.

Según (Frascara, Comunicación, 2000) manifiesta que: “La atracción de la atención sobre la base de la calidad estética de un diseño debe relacionarse con el contenido del mensaje y con el contexto estético del público a quien este está dirigido”.

### ***2.6.3 Diseño gráfico y la percepción visual***

El diseño gráfico tiene como función el persuadir a un público objetivo a través de los medios o en espacios gráficos, de manera que el individuo perciba el mensaje propuesto y entienda con mayor facilidad. La mayoría de mensajes comunicativos se los realiza con el propósito de que sean perceptibles a la vista de las personas, ya que se tiene entendido que una imagen visual queda impregnada en la mente del individuo con mayor facilidad y rapidez.

La percepción visual es una cualidad desarrollada en las personas para poder entender e interpretar todo aquello que nos rodea, y dar un significado equivalente a la percepción de cada una de las personas.

Menciona (Frascara, Objetivo esencial de la percepción visual, 2000) en su libro, que: “Toda percepción es un acto de búsqueda de significado, y, en este sentido es un acto de comunicación o de búsqueda de comunicación”.

Se puede decir que en el acto perceptivo hay dos componentes fundamentales: uno es la búsqueda del significado y, el otro es el encuentro del significado.

La función significativa es esencial dentro del acto de la percepción. Todo individuo intuye o hace alusión a recuerdos basados en su experiencia, los cuales asemeja a su percepción de lo que observa, dándole así un valor y significado al objetivo. Un dato relevante que menciona (Parera, Percepción visual, 2005) dice lo siguiente: “La ambigüedad, que puede ofrecer más de un estímulo, comporta un cierto grado de incertidumbre que hará que el mundo cognitivo del receptor determine la percepción”.

#### ***2.6.4 El diseño gráfico y los medios de comunicación***

Los medios de comunicación son las herramientas fundamentales por las cuales se transmite el objetivo del mensaje, llegando así al público objetivo. Según (Jiménez, 2000) manifiesta que: “El soporte de los medios de comunicación de masas debe ser la estrategia a seguir en relación con el objetivo de mostrar los intereses y avances desde el punto de vista social y público”.

En la actualidad unos de los medios más representativos que tiene el diseño gráfico para promocionar ya sea un producto o servicio, o simplemente informar al público es a través del internet, como ejemplar tenemos las redes sociales como: Facebook, twitter, instagram, etc. Incluyendo también sitios web y fanpages.

A pesar que los medios digitales están bien posicionados como uno de los medios de comunicación, aún hay gran aceptación por los medios tradicionales como los periódicos, revistas, carteles, pancartas, afiches y un sinnúmero de cosas por el estilo. (Parera, Diseño gráfico

y medios de comunicación, 2005) Expresa que: “La prensa escrita es uno de los medios de comunicación que utiliza el diseño gráfico para mejorar sus productos”.

Los medios impresos están al alcance de todo público, circulan a diario o semanalmente, incluso mensualmente como en el caso de las revistas. Debido al avance tecnológico y a las personas que están inmersas en esta tendencia de las redes sociales y la rapidez de acceder a la información dentro de la red, los medios impresos como periódicos y revistas han optado por publicar las mismas ediciones en sus respectivas páginas web, ya que así es fácil y accesible para el público en general, por lo tanto tienen su publicación impresa y digital a la vez.

El autor (Parera, Diseño gráfico y medios de comunicación, 2005) menciona un aspecto relevante: “Los lectores, influidos cada vez más por el uso de otros medios como la televisión o internet, obligan al medio periodístico a generar mayor espectáculo visual en sus páginas”.

## **2.7 Diseño editorial**

El diseño editorial es una de las ramas que se desprenden del diseño gráfico. El diseño editorial se caracteriza por el hecho de efectuar cualquier tipo de contenido o información en medios impresos, los cuales comúnmente se ve, ya sean periódicos, revistas, libros, catálogos, etc.

A esta rama del diseño gráfico se le puede atribuir el nombre de periodismo visual, ya que por medio de textos e imágenes correctamente elegidos y organizados en unos de estos medios, lo que hace es informar a la gente. Y para ello es necesario estructurar de forma

adecuada la información a mostrar, debe ser legible, claro y conciso, para así obtener un resultado estético a la vista del público.

Como se ha mencionado antes, el diseño editorial tiene como fin informar al público que se dirige a través de medios impresos. Por ende, según (Zappaterra, Qué es el diseño editorial, 2007) expresa que: “Una publicación editorial puede entretener, informar, instruir, comunicar, educar o desarrollar una combinación de todas estas acciones. Generalmente, el diseño editorial consiste en la combinación de texto e imágenes”.

En su mayoría, el diseño editorial tiene como objetivo comunicar o transmitir una idea mediante la organización y manifestación de textos e imágenes. Abarca elementos visuales informativos, y elementos gráficos.

Cada uno de estos elementos cumple una función diferente. (Zappaterra, Qué es el diseño editorial, 2007) Menciona que: “En una revista, el titular casi siempre se redacta y maquetara de manera que atraiga la atención del lector, mientras que un diagrama figura para clasificar o apoyar la información contenida en el cuerpo del texto”.

Es importante saber que al elaborar una publicación editorial, previamente se debe estructurar estos elementos, que conjuntamente generan una armonía visual, tanto en el texto como la gráfica o imágenes que componen el diseño. Prácticamente a esto se le conoce como línea gráfica.

### ***2.7.1 Tipos de diseño editorial***

Existen diferentes tipos de medios impresos, tales como:

- **Revistas:** Es una publicación que se distribuye periódicamente, tienen forma de cuaderno y con cubierta ligera y flexible, contiene artículos de información con infinidad de temas.
- **Periódicos:** Son publicaciones que generalmente circulan a diario, contienen noticias, anuncios o artículos publicitarios, críticas y opiniones basados en hechos de la sociedad.
- **Libros:** Son publicaciones con más de 50 hojas, son de pasta dura, y contiene información como hechos históricos, investigaciones científicas, y novelas de distintos géneros para el lector.
- **Carteles:** Son láminas de papel, cartón, lona u otro material que varían su tamaño, estas contienen mensajes visuales compuestos por textos, imágenes y elementos gráficos.
- **Postales:** Son pequeñas tarjetas de papel o cartón que contienen gráficos, se puede escribir en la parte posterior y enviar por correo sin necesidad de usar sobres.
- **Catálogos:** Son listas ordenadas en las que se muestra artículos en venta, por lo general llevan una pequeña descripción del producto.
- **Folletos:** Son papeles impresos con pocas hojas, se usan para hacer publicidad de empresas, productos o servicios. Se puede distribuir por medio de un intermediario que reparte al público o situado en el mismo punto de venta.
- **Manuales:** Son papeles impresos con información que sirve de guía, o en la que se describe una actividad.

Dentro del diseño editorial se encuentran estos tipos de medios impresos, que a pesar de pertenecer a la misma familia, cada uno de ellos tiene contenido que varía según el formato y la información respectiva a la publicación.

### ***2.7.2 Importancia del diseño editorial***

Se puede decir que la importancia del diseño editorial es la legibilidad visual que otorga una publicación al espectador, debido a su diagramación y composición finamente estructurada y organizada en el espacio de trabajo, ya sean textos, como párrafos y columnas o, la gráfica como imágenes, estos elementos compuestos en un todo genera armonía y por ende resulta agradable a la vista del público.

El diseño editorial radica en la composición de elementos textuales y gráficos, los cuales son debidamente maquetados, esto quiere decir que son organizados en filas y columnas siguiendo un orden dentro de la diagramación. (Zappaterra, La función del diseño editorial, 2007) Expresa en su libro que: “El diseño editorial puede desempeñar diversas funciones, por ejemplo, dotar de expresión y personalidad al contenido, atraer y retener la atención de los lectores o estructurar el material de una manera nítida”.

### ***2.7.3 Elementos gráficos***

Dentro de los elementos gráficos tenemos lo que son: textos, imágenes y retículas que ordenados armónicamente en la diagramación forman una composición.

- El texto abarca distintos elementos como los titulares, párrafos, números, signos y símbolos. El texto expuesto en una publicación debe ser legible y concisa.
- Las imágenes comunican o recalcan la importancia de un texto. Las imágenes utilizadas en una publicación siempre llevan un formato, los cuales son JPG, TIFF

y PSD, las más utilizadas y las que se recomienda son JPG Y TIFF. Este último formato es el indicado ya que la calidad de la imagen es más nítida y detallada.

- Las retículas son cuadros o rectángulos que sirven de guía para diagramar, ordenar los elementos dentro del espacio.

#### ***2.7.4 Página y su composición***

Dentro de la diagramación, las páginas están compuestas por márgenes y retículas que sirven de guía para la maquetación de una revista, libro u otro medio impreso. Las retículas están delimitadas por un margen, que a su vez contienen elementos como: filas y columnas, líneas de flujo, zonas espaciales y módulos.

- **Márgenes:** son espacios en blanco entre el borde y la hoja definidos por la retícula.
- **Columnas:** Estas pueden ser del mismo o diferente ancho.
- **Líneas de flujo:** estas son horizontales y alteran la regularidad de las columnas.
- **Zonas espaciales:** son un conjunto de módulos que forman campos identificables y que pueden tener una función definida: verticales, formados por dos módulos para imágenes y cuatro módulos para cuadrados, imágenes o para gráficos.
- **Marcadores:** estos indican la posición en el documento mediante el folio, el encabezado, los títulos de sección y otra información similar.
- **Módulos:** son unidades individuales de espacio separado por medianiles y que forman filas.

Según (Hembree, Composición y diseño de la página, 2008) menciona que: “La composición y el diseño de la página son habilidades fundamentales que el diseñador debe dominar si quiere crear un trabajo efectivo”.

#### ***2.7.5.1 La Retícula***

Las retículas son cuadrículas que sirven de guía para un diseñador a la hora de maquetar una publicación editorial, ayudan a determinar en el espacio los elementos a usar como el texto, las imágenes, los espacios entre párrafos y márgenes.

Las retículas varían su formato y estructura de acuerdo a las necesidades o de la publicación editorial a realizar. La retícula clásica es la más usada debido que esta se ajusta a cualquier formato. De acuerdo con (Zappaterra, Retículas, 2007) menciona que: “Una buena retícula base ancla los elementos en la página sin constreñirlos necesariamente”.

La legibilidad es un factor importante a la hora de componer los elementos dentro de la retícula. La legibilidad hace referencia a una buena organización de los elementos ya mencionados como el texto e imágenes, por lo tanto no hay que agrupar mucho contenido dentro de una retícula ya que visualmente genera cansancio y desinterés del lector.

Para sintetizar lo antes mencionado, según (Hembree, La retícula, 2008) menciona que: “La retícula 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”.

#### ***2.7.5.2 Clasificación de las retículas***

- **Retícula de manuscrito:** Es aquella que consta de una única columna que ocupa la mayor parte de la página y que contiene generalmente texto seguido largo y

continuo. Se realiza dependiendo de los márgenes, la mancha y la disposición del folio, los encabezados y las notas a pie de página.

- **Retícula de columnas:** las columnas pueden cumplir una función similar o diferente según se requiera en el documento, ya sea por las imágenes o textos. Las columnas varían su anchura dependiendo del texto que se utilice.
- **Retícula modular:** la retícula modular está conformada por columnas, y con gran número de líneas de flujo horizontales que dividen las mismas columnas formando módulos con espacios en blanco.
- **Retícula jerárquica:** Se adapta a las necesidades de la información y muestran una disposición intuitiva de alineaciones vinculadas a las proporciones de los elementos, y no en intervalos regulares y repetidos. La anchura de las columnas de igual forma varían según el contenido.

### *2.7.5.3 Componentes de la maquetación*

- **Plantillas:** se refiere a la estructura base que se utiliza para realizar una maquetación, con la plantilla se agiliza el trabajo y así mismo la producción.
- **Titulares y encabezados:** se refiere al texto inicial respecto a la información para resaltar y llamar la atención del lector.
- **Los pies de autor:** es la información respectiva al autor, por lo general suele adjuntarse con una imagen o fotografía del mismo.
- **El Cuerpo del texto:** es el texto principal, el cual está estructurado estrechamente dentro de las columnas.

El texto de las columnas puede estar justificado, con margen a la izquierda o con margen a la derecha. El texto con margen a la izquierda es más frecuente ya que los textos centrados o margen a la derecha cansan la vista cuando se trata de bloques muy extensos. (Zappaterra, El cuerpo de texto, 2007)

- **Las letras capitulares:** son letras iniciales escritas en mayúsculas, principalmente usadas al inicio de un párrafo, ya sea para interrumpir el cuerpo de texto o para que no sea muy monótono.
- **Las cabeceras de sección, y los cintillos o titulillos:** estructuran las diferentes secciones de una publicación enfatizando de que se trata la sección o el artículo.
- **Folios:** son orientadores que se usan para facilitar al lector a no perderse de página a través de numeradores que se sitúan en los bordes de la misma, los folios pueden llevar títulos conjuntamente con la numeración.
- **Créditos de ilustración:** son los datos informativos del autor de una pieza gráfica, se los puede situar al margen o vertical de la página. Estos contienen sobretodo el nombre del autor.
- **Las cajas, paneles y recuadros:** se trata de la información relevante que va en conjunto con la información del cuerpo de texto, generalmente se los encuentra con una distinción ya sea un recuadro o marca de agua para dar notoriedad.
- **Imágenes:** es una de las partes más importantes referente al texto, debido a que reitera la información de manera gráfica.

### ***2.7.6 Tipografía***

Dentro del mundo de la tipografía existen infinidad de ellas, cada día se crean nuevas tipografías, por lo que encontramos una clasificación las cuales son: serif, sans serif, script y decorativas.

- **Serif:** son tipografías con serifas al final de cada trazo de una letra.
- **Sans Serif:** son tipografías sin serifas, estas se les conoce como palo seco ya que son letras que no poseen ningún tipo de adorno.
- **Script:** esta tipografía se asemeja a la manuscrita o cursiva.
- **Decorativas:** esta tipografía es caligráfica y con adornos estéticos en cada letra, generalmente son poco legibles por lo que es inadecuado usar en textos largos.

### ***2.7.7 Revista digital***

Una revista digital no es más que la misma revista o edición impresa, solo que esta al ser digital es cargada a una plataforma en la red, donde se tiene la facilidad de informarse de los sucesos sin la necesidad de adquirir la revista físicamente.

Para realizar una revista digital se utiliza el programa ***Adobe InDesign***, mismo que se utiliza para maquetar, pero la diferencia es que la publicación no será impresa, por lo que es necesario exportar en formatos interactivos y posteriormente subir a una plataforma en internet.

## **2.8 Provincia de Imbabura**

Provincia de los lagos, como la conocen propios y extranjeros, es una de las provincias ubicadas al norte del país. Se distingue por ser un destino turístico, debido a sus encantadoras lagunas, y hermosos paisajes. Además de su gastronomía, cultura, tradiciones, fauna, y el carisma de su gente.

La provincia de los lagos, maravilla a la vista con el gran monte Imbabura, a cuyos pies se encuentra un gran espejo de agua el lago San Pablo. Adentrándonos más en la provincia se observa el volcán Cotacachi, reflejado en la singular laguna de Cuicocha. Elevaciones llamadas con respeto y cariño “Taita Imbabura” y “Mama Cotacachi”. (Larrea, La provincia de Imbabura, 2011)

Los cantones que conforman esta maravillosa provincia son: Ibarra la capital de la provincia, San Luis de Otavalo, Santa Ana de Cotacachi, San Pedro de Pimampiro, Antonio Ante y San Miguel de Urcuqui.

### ***2.8.1 Cantón Cotacachi***

Unos de los cantones más grande de la provincia, ubicado a los pies del volcán Cotacachi y la maravillosa laguna de Cuicocha, la cual está situada sobre un cráter volcánico y que en su centro sobresalen unos islotes. Su cabecera cantonal es la ciudad la cual lleva el mismo nombre. Sus parroquias urbanas son: el Sagrario y San Francisco; las rurales: Apuela, Gracia Moreno, Imantag, Peñaherrera, Plaza Gutierrez, Quiroga, Cuellaje y Vacas Galindo.

### ***2.8.1.1 Parroquia Rural de Quiroga***

La parroquia de Quiroga está ubicada a pocos kilómetros de la cabecera cantonal de Cotacachi, una de las parroquias más grandes dentro de la provincia. Quiroga es reconocida por ser las puertas de entrada hacia la majestuosa laguna de Cuicocha.

Entre las comunidades de la parroquia tenemos Cumbas Conde, Cuicocha, Domingo Sabio, El Punge y los barrios La Victoria y El Húmedo.

## CAPÍTULO III

### 3. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN, MATERIALES Y MÉTODOS

#### 3.1 Tipos de investigación

La presente investigación se ha aplicado dentro de un paradigma cuantitativo ya que está fundamentada en una realidad y está orientada a los descubrimientos de una manera exploratoria descriptiva e inductiva. En el marco de este paradigma se la puede considerar como una investigación acción ya que es una investigación aplicada en la que una vez que se ha comprendido una realidad evidenciada en el diagnóstico, se propone soluciones creativas e inteligentes traducidas en una revista digital. (Posso, 2011)

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

#### *3.1.1 Investigación bibliográfica*

Este tipo de investigación fue fundamental en la elaboración del marco teórico como en la propuesta, debido a que se recopiló la información necesaria de acuerdo al problema de investigación indagando en libros de texto, artículos científicos, y en internet, de modo que contribuyeron en la creación de la revista para promocionar la gestión social, cultural y económica del GAD rural de Quiroga durante el periodo 2017 - 2018.

### ***3.1.2 Investigación de campo***

Esta investigación fue empleada debido a que se trabajó directamente en el lugar de los hechos, recopilando información correspondiente al problema de investigación para conocer más a fondo la situación y de la escasa promoción que existe acerca de la promoción social, cultural y económica de la parroquia rural de Quiroga.

### ***3.1.3 Investigación Descriptiva***

Este tipo de investigación sirvió en la forma en que se describió cada uno de los medios por el cual se difunde la información a la población de la Parroquia rural de Quiroga, por lo que se requirió la aplicación de encuestas y una entrevista dirigida exclusivamente al presidente del GAD parroquial para obtener información relacionada al problema de investigación.

### ***3.1.4 Investigación Propositiva***

Esta investigación se aplicó posteriormente luego de haber diagnosticado el problema investigado, de manera en la que se planteó una alternativa para la solución en relación a la promoción por medio de una revista digital la cual contribuirá a la difusión de la gestión social cultural y económica del GAD de la Parroquia rural de Quiroga, ayudando así a la parroquia y a su población a estar debidamente informados de las actividades efectuadas, incluso potenciando el turismo a su vez.

## **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.

### ***3.2.1 Método Inductivo***

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

### ***3.2.2 Método Deductivo***

El método deductivo se empleó en la detección del problema de investigación, ya que al partir de una premisa antes seleccionada, se partió de ese tema especificando acerca de la elaboración de una publicación como es la revista para la parroquia rural de Quiroga.

### ***3.2.3 Método Analítico***

Este método se aplicó una vez obtenida la información por parte de las encuestas y entrevista realizada a la población y al presidente de la parroquia rural de Quiroga, respectivamente sus análisis fueron redactados de manera eficaz acerca de la información en la que reciben los habitantes de la parroquia con respecto a la gestión social, cultural y económica.

### ***3.2.4 Método Estadístico***

Este método se aplicó específicamente en la representación de información obtenida a través de las encuestas realizadas, mostrando los resultados y estadísticas por medio de cuadros, porcentajes y gráficos, dando a entender la escasa promoción que se realiza en relación a la gestión social, cultural y económica de la parroquia rural de Quiroga.

### ***3.2.5 Método Específico***

Como método específico del diseño gráfico para el desarrollo de la revista se utilizó el diseño editorial que básicamente consta del siguiente procedimiento: Investigación y

captación de información referida a aspectos sociales, culturales económicos del GAD Parroquial de Quiroga, desarrollo de técnico de un machote ajustado a especificaciones de diseño, maquetación de la revista, y finalmente se realizó el empaquetado de la revista digital. La digitalización de la información de la revista se la hizo con el *software InDesign*.

### 3.3 Técnicas

Las técnicas de investigación científica utilizadas en el proyecto fueron:

- **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 Quiroga 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.
- **Entrevista.** - para captar información específica y relevante fue necesario aplicar una entrevista estructurada al presidente del GAD Parroquial de Quiroga.
- **Observación.** - Varios indicadores del diagnóstico fueron captados mediante observación directa en la población de Quiroga y en las oficinas del GAD parroquial.
- **Documental.** - Fue importante la información secundaria o bibliográfica captada en documentos históricos y actuales existentes en los archivos del GAD parroquial de Quiroga.

### 3.3.1 Instrumentos

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

- Los cuestionarios se utilizaron en lo que conciernen a las preguntas de la encuesta aplicada, y a la entrevista respectiva dirigida al presidente del GAD de Quiroga.
- Las fichas de observación fueron de utilidad las veces en que se hacía las visitas al GAD de Quiroga, con su fecha pertinente al día asistido.
- Las fotografías son pertinentes a diferentes índoles como material para el contenido de la revista y así mismo como constancia de haber asistido al GAD de Quiroga.
- El croquis o planos se usó para reconocer las calles dentro de la parroquia al realizar las encuestas pertinentes.
- El *software InDesign* se usó como recurso para la elaboración y diagramación de la revista “El Quiroguero”

### 3.4 Matriz Categorial

Objetivos del diagnóstico	Variables	Dimensiones	Indicadores
Sentar las bases técnicas y científicas relacionadas al diseño y la promoción del GAD	Promoción de la gestión social, cultural y económica.	Gestión social	Deportes
			Fiestas
			Celebraciones
			Gastronomía
		Gestión cultural	Música
			Danza
			Cultura
			Arte
			Tradición
		Gestión económica	Ingresos
Presupuesto			
Realizar un diagnóstico técnico a los pobladores de la parroquia de Quiroga	Información de datos verídicos suscitados en la Parroquia de Quiroga	Aspecto sociales, culturales y económicos de Quiroga	Historia
			Ubicación
			Tradiciones
			Lugares turísticos
			Gastronomía
			Clasificados
			Fotografías
			Artículos promocionales
			Publicidad
			Publicaciones

### 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.

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

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

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

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

$$n = 359,766$$

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

### 3.6 Muestra

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

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

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

$n$  = 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. ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA

#### APLICADA EN LA PARROQUIA RURAL DE QUIROGA

##### Tabulación y análisis de datos

Tabla N° 1

Género

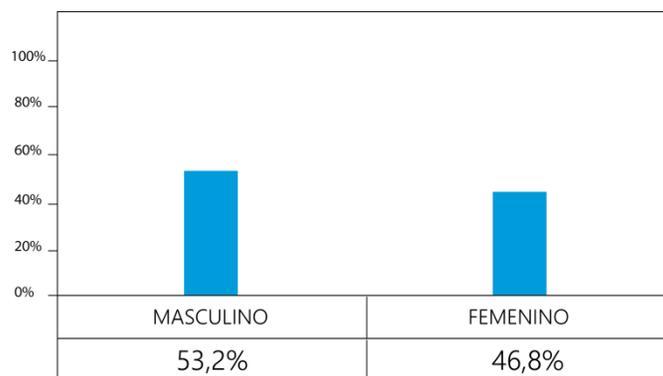
Variable	Muestra	Porcentaje	Porcentaje válido
Masculino	193	53,2	53,2
Femenino	167	46,8	46,8
Total	360	100,0	100,0

*Fuente: Encuesta parroquia Quiroga*

*Elaborado por: Narváez Daniel, Veléz Paul.*

Gráfico N° 1

Género



Como se puede observar en el gráfico, según la muestra de 360 personas residentes en la parroquia rural de Quiroga, la mayor parte es de género masculino con un total de 193 equivalente al 53,2% y la otra mitad es de género femenino con un total de 167 equivalente al 46,8%. menciona que: “La parroquia de Quiroga es la parroquia rural más poblada del cantón Cotacachi, que tiene 6454 habitantes, representando el 16% del total cantonal. Desde 1982 hasta el 2010 el mayor porcentaje de habitantes entre hombres y mujeres corresponde a las mujeres”. (Suarez, Análisis demográfico, 2015)

## Pregunta N° 1

### ¿Cómo considera la gestión Social del GAD actual?

Tabla N° 2

Gestión Social del GAD actual

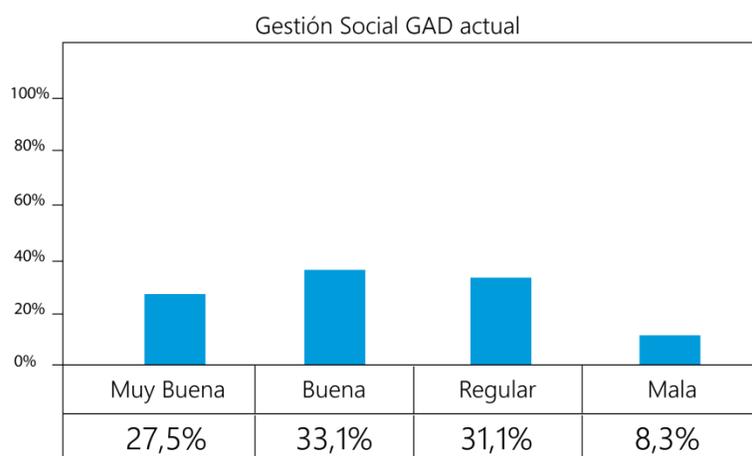
Variable	Muestra	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy Buena	100	27,5	27,5
Buena	119	33,1	33,1
Regular	112	31,1	31,1
Mala	29	8,3	8,3
Total	360	100,0	100,0

*Fuente: Encuesta parroquia Quiroga*

*Elaborado por: Narváez Daniel, Veléz Paul.*

Gráfico N° 2

Gestión Social del GAD Actual



Analizando los datos de la encuesta realizada en el mes de Febrero del 2017, se muestra que de un total de 360 habitantes 119 de los encuestados equivale al 33,1% demostrando con este resultado mayoritario que la gestión social del GAD es buena. “La gestión ofrece oportunidades hasta ahora inéditas de evaluación y comparación. El manejo de un plan estratégico de promoción permite registrar rigurosamente todos los aspectos del desarrollo de un proyecto y elaborar los informes correspondientes de manera precisa”. (Wallace, 2002)

## Pregunta N° 2

### ¿Cómo considera la gestión Cultural del GAD actual?

Tabla N° 3

Gestión Cultura del GAD actual

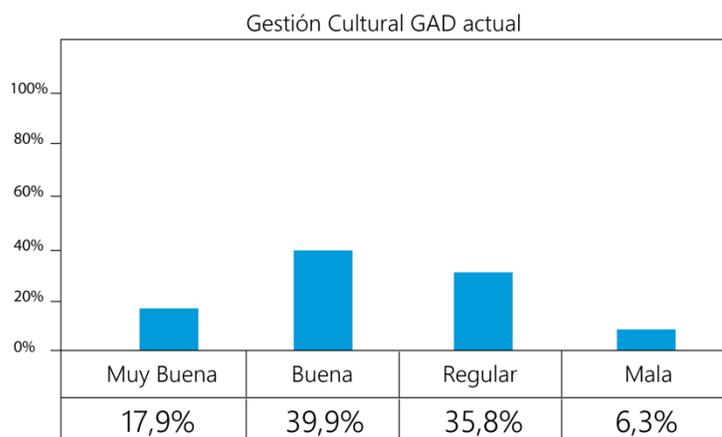
Variable	Muestra	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy Buena	65	17,9	17,9
Buena	145	39,9	39,9
Regular	130	35,8	35,8
Mala	20	6,3	6,3
Total	360	100,0	100,0

*Fuente: Encuesta parroquia Quiroga*

*Elaborado por: Narváez Daniel, Veléz Paul.*

Gráfico N° 3

Gestión Cultural del GAD actual



Considerando los resultados de la encuesta realizada en el mes de febrero del 2017, se muestra en los datos que de un total de 360 habitantes 145 de los encuestados, equivalentes al 39,9% manifiesta que la gestión Cultural del GAD es buena. “La gestión ofrece oportunidades hasta ahora inéditas de evaluación y comparación. El manejo de un plan estratégico de promoción permite registrar rigurosamente todos los aspectos del desarrollo de un proyecto y elaborar los informes correspondientes de manera precisa”. (Wallace, 2002)

### Pregunta N° 3

#### ¿Cómo considera la gestión Económica del GAD actual?

Tabla N° 4

Gestión Económica del GAD actual

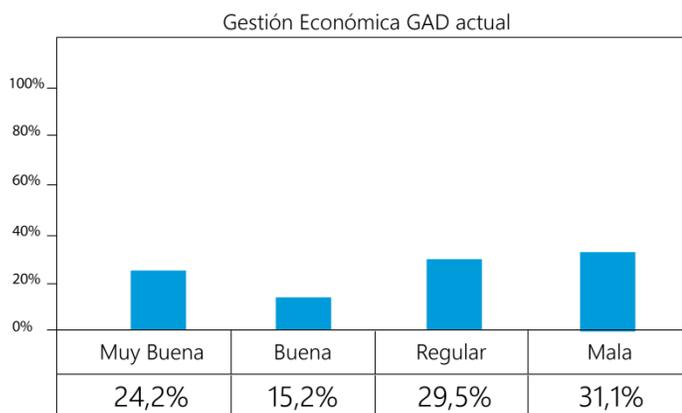
Variable	Muestra	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy Buena	88	24,2	24,2
Buena	55	15,2	15,2
Regular	104	29,5	29,5
Mala	113	31,1	31,1
Total	360	100,0	100,0

*Fuente: Encuesta parroquia Quiroga*

*Elaborado por: Narváez Daniel, Veléz Paul.*

Gráfico N° 4

Gestión Económica del GAD actual



Según los datos obtenidos en la encuesta realizada en el mes de febrero del 2017, como resultado se muestra que de un total de 360 habitantes 113 de los encuestados equivale a 31,1% demostrando con este resultado que la gestión económica del GAD es mala. “La gestión ofrece oportunidades hasta ahora inéditas de evaluación y comparación. El manejo de un plan estratégico de promoción permite registrar rigurosamente todos los aspectos del desarrollo de un proyecto y elaborar los informes correspondientes de manera precisa”. (Wallace, 2002)

#### Pregunta N° 4

#### ¿Ha colaborado usted en actividades sociales con el GAD?

Tabla N° 5

Colaboración en actividades sociales con el GAD

Variable	Muestra	Porcentaje	Porcentaje válido
Si	220	60,6	60,6
No	140	39,4	39,4
Total	360	100,0	100,0

*Fuente: Encuesta parroquia Quiroga*

*Elaborado por: Narváez Daniel, Veléz Paul.*

Gráfico N° 5

Colaboración en actividades sociales con el GAD



Manifiesta (Pindado, 2008) que: “Cualquier persona tiene derecho a decidir libremente cuál es su opción”. En consecuencia se considera los datos obtenidos en la encuesta realizada en el mes de febrero del 2017, en la cual se muestra que de un total de 360 habitantes 220 de los encuestados equivale al 60.6% afirmando que los habitantes en su mayoría sí colaboran en actividades sociales con el GAD.

## Pregunta N° 5

### ¿Ha colaborado usted en actividades culturales con el GAD?

Tabla N° 6

Colaboración en actividades culturales con el GAD

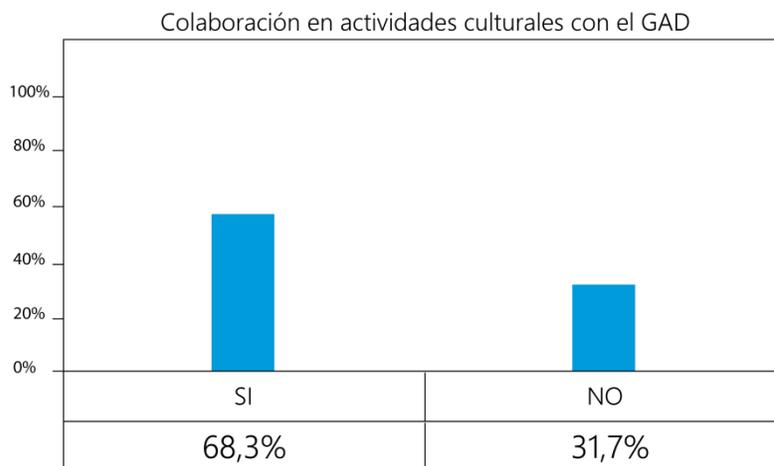
Variable	Muestra	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	248	68,3	68,3	68,3
No	112	31,7	31,7	100,0
Total	360	100,0	100,0	

*Fuente: Encuesta parroquia Quiroga*

*Elaborado por: Narváez Daniel, Veléz Paul.*

Gráfico N° 6

Colaboración en actividades culturales con el GAD



Como se observa en los datos obtenidos de la encuesta realizada en el mes de febrero del 2017, se muestra que de un total de 360 habitantes 248 de los encuestados equivale a 68.3% que manifiesta que sí. Con este resultado se afirma que la mayoría de habitantes si colaboran en actividades culturales con el GAD. “Cualquier persona tiene derecho a decidir libremente cuál es su opción”. (Pindado, 2008)

## Pregunta N° 6

### ¿Ha colaborado usted en actividades económicas con el GAD?

Tabla N° 7

Colaboración en actividades económicas con el GAD

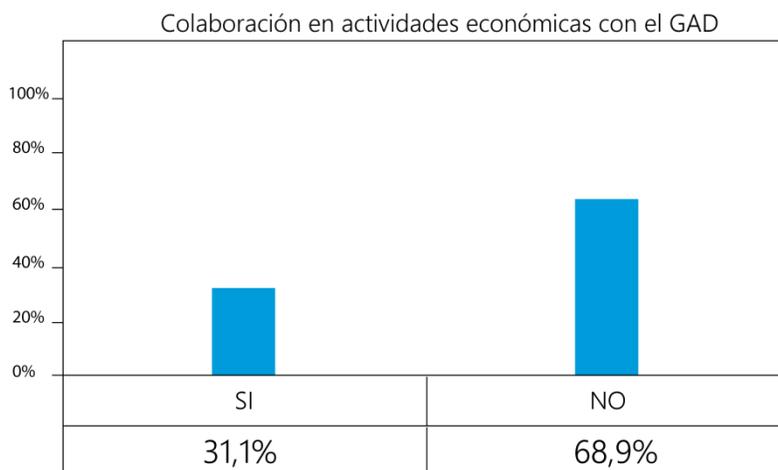
Variable	Muestra	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	113	31,1	31,1	31,1
No	247	68,9	68,9	100,0
Total	360	100,0	100,0	

*Fuente: Encuesta parroquia Quiroga*

*Elaborado por: Narváez Daniel, Veléz Paul.*

Gráfico N° 7

Colaboración en actividades económicas con el GAD



Analizando los resultados obtenidos en la encuesta realizada en el mes de febrero del 2017, se muestra que de un total de 360 habitantes, 247 de los encuestados equivalente al 68.9% menciona que no, con este resultado mayoritario se afirma que los habitantes de la parroquia de Quiroga no colaboran en actividades económicas con el GAD. “Cualquier persona tiene derecho a decidir libremente cuál es su opción”. (Pindado, 2008)

## Pregunta N° 7

### ¿Considera importante que el GAD socialice sus actividades mediante una Revista digital?

Tabla N° 8

Importancia de que el GAD socialice sus actividades mediante una Revista

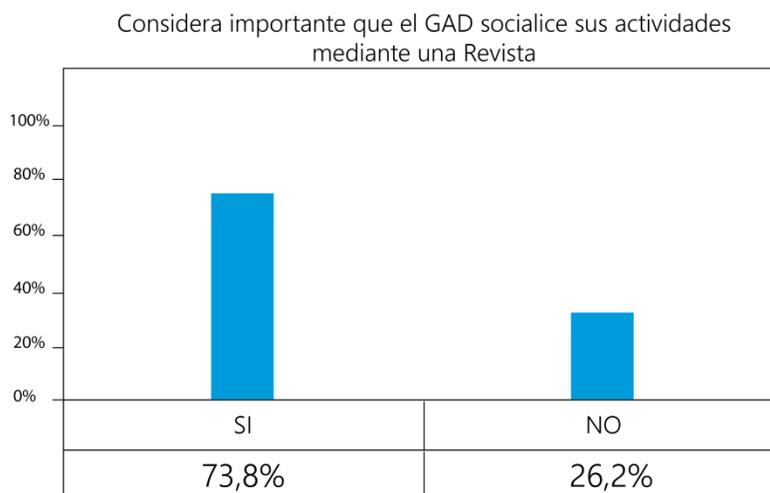
Variable	Muestra	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	266	73,8	73,8	73,8
No	94	26,2	26,2	100,0
Total	360	100,0	100,0	

*Fuente: Encuesta parroquia Quiroga*

*Elaborado por: Narváez Daniel, Veléz Paul.*

Gráfico N° 8

Importancia de que el GAD socialice sus actividades mediante una Revista



Según los datos, se considera que un gran número de ciudadanos encuestados si gustarían ser informados a través de una revista, por lo tanto 266 ciudadanos encuestados equivalente al 73,8% menciona que sí y 94 ciudadanos equivalente al 26,2% mencionando que no. “Los medios de publicidad son los canales que usan los anunciantes para la comunicación masiva, tales como las revistas, que son un medio tradicional que tiene mucho éxito”. (Lamb/Hair/McDaniel, Tipos de medios, 2013)

## Pregunta N° 8

### ¿Considera importante que el GAD socialice sus actividades mediante una Página web?

Tabla N° 9

Importancia de que el GAD socialice sus actividades mediante Página Web

Variable	Muestra	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	259	72,2	72,2	72,2
No	101	27,8	27,8	100,0
Total	360	100,0	100,0	

*Fuente: Encuesta parroquia Quiroga*

*Elaborado por: Narváez Daniel, Veléz Paul.*

Gráfico N° 9

Importancia de que el GAD socialice sus actividades mediante Página Web



Se considera que un gran número de ciudadanos encuestados en el mes de febrero del 2017, sí gustaría ser informados a través de una Página web. Como se observa en los datos 259 ciudadanos equivalente al 72,2% afirma que si, y un 27,8% mencionando que no. “En el medio que está creciendo a más velocidad, capacidad para llegar a un estrecho publico meta; requiere relativamente poco tiempo de espera para crear anuncios por la web”. (Lamb/Hair/McDaniel, Ventajas y desventajas de los medios de publicidad, 2013)

## Pregunta N° 9

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

Tabla N° 10

Consideración de informar las actividades periódicamente del GAD actual

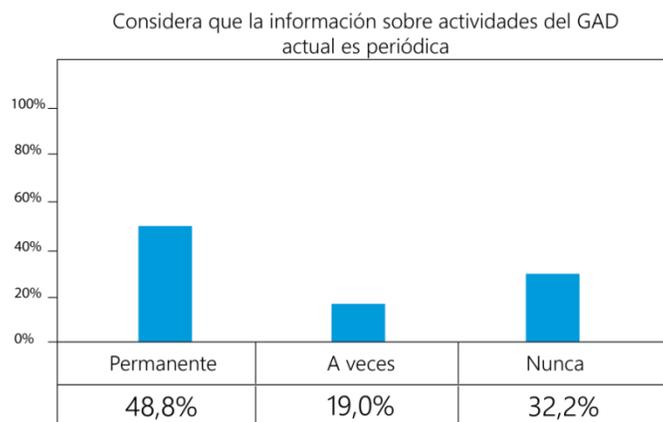
Variable	Muestra	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Permanente	177	48,8	48,8	48,8
A veces	69	19,0	19,0	67,8
Nunca	114	32,2	32,2	100,0
Total	360	100,0	100,0	

*Fuente: Encuesta parroquia Quiroga*

*Elaborado por: Narváez Daniel, Veléz Paul.*

Gráfico N° 10

Consideración de informar las actividades periódicamente del GAD actual



Según los resultados de las encuestas realizadas a los habitantes de la parroquia rural de Quiroga, un 48,8% de los encuestados dicen que reciben información permanentemente, un 19,0% manifiesta que a veces y el 32,2% restante ostenta que nunca. “La gestión de la comunicación actual nace y se desarrolla como consecuencia del peso de la información, de la comunicación, de los servicios de valor añadido, de lo intangible, que se estabilizan como un factor estratégico en todo tipo de organizaciones”. (Álvarez, 2012)

## Pregunta N° 10

### ¿Por qué medios recibió la información?

Tabla N° 11

Medios por los que se recibió información

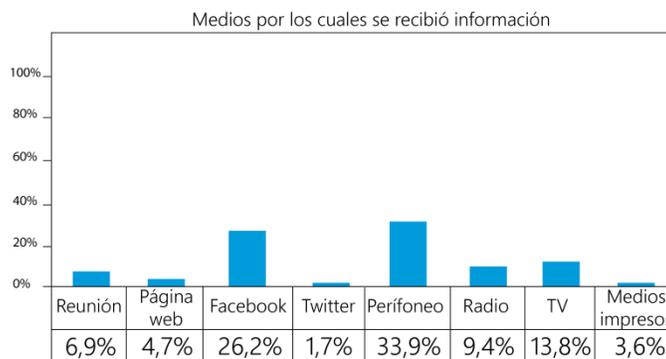
Variable	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Reunión	25	6,9	6,9	6,9
Página Web	17	4,7	4,7	11,6
Facebook	95	26,2	26,2	37,7
Twitter	6	1,7	1,7	39,4
Perifoneo	123	33,9	33,9	73,3
Radio	33	9,4	9,4	82,6
Tv	48	13,8	13,8	96,4
Medios Impresos	13	3,6	3,6	100,0
Total	360	100,0	100,0	

*Fuente: Encuesta parroquia Quiroga*

*Elaborado por: Narváez Daniel, Veléz Paul.*

Gráfico N° 11

Medios por los que se recibió información



Analizando los resultados obtenidos en la encuesta realizada en Quiroga, un 33,9% de los habitantes encuestados dicen que recibieron información por medio del perifoneo, y un 26,2% manifiesta que la información recibió mediante Facebook. (Goya, 2012) expresa que: “Los medios de comunicación masiva, son aquellos que se envían por un emisor y se reciben de manera idéntica por varios grupos de receptores, el mundo los conoce y reconoce como la televisión, la radio, el periódico, entre otros”.

## Pregunta N° 11

### ¿Qué tipo de información recibió?

Tabla N° 12

Tipo de información recibida

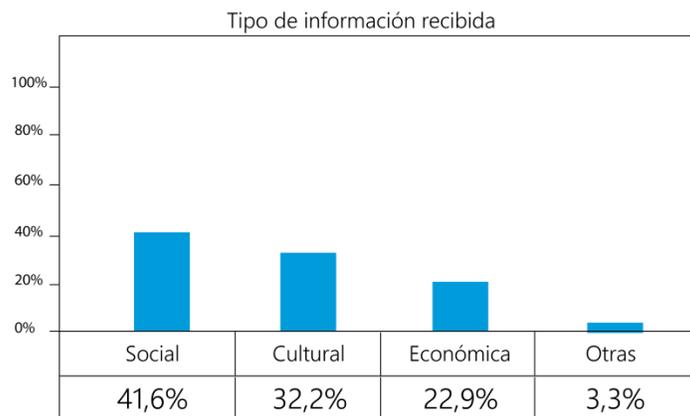
Variable	Muestra	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Social	151	41,6	41,6	41,6
Cultural	114	32,2	32,2	73,8
Económica	83	22,9	22,9	96,7
Otras	12	3,3	3,3	100,0
Total	360	100,0	100,0	

*Fuente: Encuesta parroquia Quiroga*

*Elaborado por: Narváez Daniel, Veléz Paul.*

Gráfico N° 12

Tipo de información recibida



Como se observa en los datos, el resultado de las encuestas a 360 habitantes de la parroquia rural de Quiroga, nos muestra que 151 encuestados equivalente al 41,6% manifiestan que recibieron más información del tipo social, además del 32,2% que declara de tipo cultural, el 22,9% ostenta de tipo económica y un 3,3% revela que otro tipo de información. “El derecho a la información, si se implementa correctamente, permite un diálogo entre el público y sus gobernantes, cultiva la buena gobernanza y promueve la rendición de cuentas al empoderar a los ciudadanos con la información que requieren”. (Mendel, 2009)

## Pregunta N° 12

### ¿La información recibida considera que fue?

Tabla N° 13

Calificación información recibida

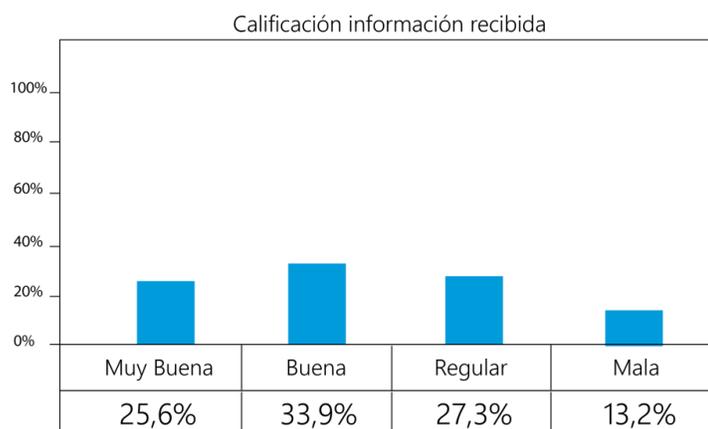
Variable	Muestra	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Buena	93	25,6	25,6	25,6
Buena	123	33,9	33,9	59,5
Regular	96	27,3	27,3	86,8
Mala	48	13,2	13,2	100,0
Total	360	100,0	100,0	

*Fuente: Encuesta parroquia Quiroga*

*Elaborado por: Narváez Daniel, Veléz Paul.*

Gráfico N° 13

Calificación información recibida



Interpretando los datos obtenidos en la encuesta realizada en el mes de febrero del 2017, se muestra que de un total de 360 habitantes, 123 de los encuestados equivalen al 33,9% manifestando que la información recibida es buena, este resultado mayoritario demuestra que la información que los habitantes de la parroquia de Quiroga reciben es considerable. “El derecho a la información se basa en que las autoridades son simplemente los guardianes de la misma para la sociedad, y que la información que está en manos del Estado es también propiedad de la sociedad”. (Mendel, 2009)

#### **4.1 Entrevista realizada al presidente del GAD parroquial rural de Quiroga del cantón Cotacachi de la provincia de Imbabura: Sr. Iván Lozano**

##### **ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA**

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

Estoy cumpliendo en este mes cuatro años de gestión al frente del GAD parroquial de Quiroga.

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

La principal fuente de información es la página web donde subimos toda la información de las gestiones que realizamos, además de eso tenemos las asambleas parroquiales en la convocamos a dirigentes de las 11 comunidades, el barrio La Victoria y el casco urbano de la parroquia. Aquí tenemos la obligación de informar todos los trabajos, todas las gestiones que se viene realizando, además de eso también tenemos establecido ya las asambleas para la previsación de los puestos participativos y otra es para la rendición de cuentas.

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

Bueno, desde el municipio muy poco, más bien el municipio se a centrado en apoyar al club Hípico Chagra Quirogueño, quien básicamente es el que organiza los eventos para el fortalecimiento de la cultura en la parroquia, nosotros tenemos un apoyo directo desde la prefectura de Imbabura justamente para el rescate de las tradiciones y el fortalecimiento de la cultura en nuestra parroquia.

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

Nosotros cada año apoyamos a las diferentes comunidades que tienen la costumbre y la tradición de participar en las fiestas del Inti Raymi. Nosotros hacemos presencia con la finalidad de apoyar en la difusión de sus eventos que tienen, además de esto pues nosotros nos encargamos de realizar las fiestas tradicionales en honor a nuestra Virgen María Auxiliadora, donde es un compendio de instituciones para fortalecer la cultura de nuestra parroquia, lo hacemos con el club de chagras de nuestra parroquia y con el grupo de sacerdotes de María Auxiliadora.

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

Tenemos una relacionadora pública aquí en la junta parroquial, se llama Elizabeth Neger, es una profesional que se encarga de difundir en los medios de comunicación impresos, en la televisión, en las redes sociales toda la actividad cultural, económica y social que va desplegando el GAD parroquial.

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

Nosotros tenemos un presupuesto establecido de \$13.000 para el fortalecimiento de estas actividades culturales, sociales de aquí de la parroquia. Adicional a esto tenemos un apoyo de la Prefectura de Imbabura \$5.000 que en total nosotros contamos con \$18.000 para el trabajo dentro de lo cultural y tradicional. Adicional a esto también tenemos la colaboración de ciertos sectores económicos de aquí de la parroquia, llámese esto florícolas, avícolas, cooperativas de transporte, cooperativas de ahorro y

crédito, también tenemos a los señores mineros, en fin es la suma de muchas entidades para hacer este tipo de manifestaciones que es básicamente en el mes de mayo.

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

Nosotros consideraríamos que es lo básico informar a la parroquia a nuestros conciudadanos del trabajo que se está haciendo dentro del ámbito social cultural, justamente es para que la tradición, la cultura, lo social se mantenga vivo en nuestra gente, capaz de que cuando la parroquia como ya está tomando un impulso turístico la gente esté preparada para informar de lo que es Quiroga, lo que tiene Quiroga en la cuestión social y cultural, entonces desde esa óptica nosotros creemos que es importantísimo aprovechar toda clase de medios para transmitir o informar de la actividad social, cultural que lleva el GAD parroquial.

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

Creo que una de las mejores muestras de trabajo de servicio a la colectividad es justamente dejar plasmado el trabajo que se ha hecho, nosotros los seres humanos tenemos una deficiencia que, al muy poco tiempo que se acaba una gestión tendemos a olvidarnos todo, entonces, si tenemos un documento digitalizado donde se ha hecho en estos 4 o 5 años la labor que se ha hecho, la labor que se ha hecho en todo ámbito, de infraestructura, de mejoramiento, de trabajar en lo social, cultural, deportivo, en fin, eso debe estar plasmado en un documento y, si hay la posibilidad de hacer esta

revista digital que mejor, nosotros estaríamos muy motivados muy alegres para poderles dar toda la información que tenemos, que año tras año nosotros tenemos la obligación de tener en archivos en cuanto por medio del consejo participación ciudadana nos exigen de una manera virtual, de una manera física también que tengamos esta información para mediante asambleas informar a la ciudadanía del trabajo que se ha hecho.

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

Básicamente a nosotros lo que nos gustaría que se informe adicional a la revista que ustedes piensan publicar, es recopilar datos históricos, es muy importante la recopilación de la historia de nuestro pueblo, nuestro pueblo tiene un bagaje increíble en cuanto a su historia, como se creó, como se fundó esta parroquia, quienes son sus primeros habitantes, cual es la creencia religiosa, en fin, aquí hay mucha historia que la gente debe tener conocimiento.

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

Nosotros cada 15 días nos reunimos para hacer las sesiones ordinarias, en la cual el presidente de la junta parroquial informa a los vocales el trabajo que ha venido desarrollando en los 15 días, en todas las áreas, luego de eso también se procede a que cada vocal informe el trabajo de acuerdo a la comisión que tienen vayan informando que es lo que han hecho en los 15 días, y también sacamos de las sesiones ordinarias resoluciones, que para los 15 días venideros, sea el presidente de la junta parroquial, sean los vocales o de parte del equipo administrativo tengan la obligación de

solventar o de trabajar en esas resoluciones que se han venido trabajando. En lo que se refiere a lo que nosotros utilizamos son: el infocus y una computadora.

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

En lo que se refiere a atractivos, la parroquia ha ido cambiando sustancialmente en cuanto al ornato, uno de los principales atractivos es el parque central que es la identificación de nuestro pueblo, hemos puesto unas letras turísticas donde se informa todo lo que tiene Quiroga y está muy cerca a la panamericana que conduce al lago Cuicocha, entonces el turista que llega está haciendo prácticamente una escala en el parque parroquial para ir a Cuicocha, también tenemos como uno de los atractivos turísticos dentro del plano religioso es la iglesia dónde tenemos la imagen de la Virgen María Auxiliadora, adicional a esto tenemos los paraderos turísticos en algunas comunidades, y no se diga el entorno paisajístico que tiene Quiroga con la belleza del Lago Cuicocha.

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

La mayor parte de moradores se dedica al comercio, la agricultura, la ganadería, a la elaboración de artesanías, básicamente en eso está centrada la actividad económica de nuestra parroquia.

***13. ¿Cuáles son los platos gastronómicos de la Parroquia de Quiroga?***

Nosotros consideramos de que esta parroquia mucho se dedica a la ganadería, al comercio de animales, una de las fortalezas en la cuestión gastronómica es la elaboración de las vísceras de los animales, sea de chanco o del ganado, de ahí es

que sale el famoso plato del caldo de 31, la fritada con sus aderezos como es el choclo, las habas, las papas, adicional a eso también tenemos los sabrosos helados de fruta natural, y ahora se está consolidando la venta del pescado, la tilapia en restaurantes de la parroquia que son los platos de mayor atractivo para el turista.

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

Bueno yo diría que ahora como Quiroga esta estratégicamente bien ubicada, estamos apenas a 5 minutos de Cotacachi, y a 10 minutos de Otavalo, prácticamente nuestra parroquia estando en la ruralidad nos sentimos un poco urbanos, esto nos permite estar conectados estrictamente a las unidades educativas de las cabeceras cantonales como son Otavalo y Cotacachi, en función de eso, yo me atrevería a decir que ahorita por lo menos estamos con medio educativo de Bachillerato en la parroquia.

## **4.2 FODA**

### **4.2.1 Fortalezas**

- Buen personal administrativo.
- Potencial turístico.
- Convenio con la prefectura de Imbabura.

### **4.2.2 Oportunidades**

- Adquirir la revista digital.
- Apoyo económico por parte de la prefectura de Imbabura.

- Visita de turistas.

#### ***4.2.3 Debilidades***

- La colaboración económica por parte de los moradores de la parroquia es escasa.
- Las actividades realizadas por parte del GAD no son difundidas eficientemente hacia los moradores de la parroquia.
- La mayoría de moradores no asisten a las asambleas que realiza el GAD para informar sus gestiones realizadas.

#### ***4.2.4 Amenazas***

- No contar con el apoyo del Municipio cantonal de Cotacachi.
- La desinformación por parte de los moradores de la parroquia.
- Perder la gastronomía propia de la parroquia.

## CAPÍTULO V

### 5.1 Propuesta

PROMOCIÓN SOCIAL CULTURAL Y ECONÓMICA DEL GAD PARROQUIAL DE QUIROGA.

### 5.2 Justificación

La propuesta se llevó a cabo con el fin de informar a la población de la parroquia de Quiroga sobre la gestión que realiza el GAD de dicho lugar mediante una revista digital, de manera que promocióne con su contenido, ya sea el ámbito social, cultural y económico. De esta manera se beneficiara tanto a la población de la parroquia como al mismo GAD por informar de la gestión realizada.

Como ya se ha mencionado, se creó una revista para el GAD parroquial de Quiroga, misma que se le otorgó el nombre de “El Quirogueño”. La revista tendrá un periodo de circulación, ya que saldrá una cada cuatro meses, con información relevante de la gestión realizada por parte del GAD y que la población llegue a enterarse de lo sucedido.

“El Quirogueño”, como se ha denominado a la revista contiene cuatro secciones, cada una de estas secciones están ligadas a la gestión social, cultural y económica, separadas indistintamente pero denotando una analogía entre los temas. La última sección de la revista no tiene relación a las actividades del GAD, pero se ha dado un espacio para que la propia gente de la parroquia haga promoción ya sea de sus negocios, locales o servicios.

La revista “El Quirogueño” tendrá como medio de promoción el Facebook propio del GAD, donde se hará publicaciones con el contenido de la revista y así ejercer o atraer la atención de la población quirogueña para que se entere de la gestión realizada.

También se realizó un manual de estilo gráfico acerca de la revista “El Quiroguero”, el este manual se da a conocer las características y elementos que se utilizaron para diagramar la revista como la retícula que se aplicó, la cromática, tipografías, normas y diseño de la imagen.

### **5.3 Fundamentación teórica**

En la elaboración de la revista se tomó en cuenta aspectos de suma importancia en relación al diseño editorial, la diagramación, retículas, como la que se usó en la revista “El Quiroguero” la cual es una retícula modular. Se utilizó esta retícula por la facilidad de crear filas y columnas dependiendo de las necesidades requeridas.

(Ghinaglia, 2009) Expresa que la maquetación: Es un tema que tiene relación con los principios del diseño: composición, color y conceptos tipográficos mezclados de manera armónica. Compositivamente hablando, la referencia directa del concepto MAQUETACIÓN está ligado a las proporciones de los elementos de la página, el orden que se le da a los pesos visuales, la jerarquía con la que se ubican los elementos primero, o después, adelante o atrás, arriba o abajo, full color, blanco y negro, claro, oscuro o resaltado, etc.

Para realizar cualquier tipo de diagramación relacionado al diseño editorial, como libros, revistas, catálogos, etc. Es necesario usar un software, en este caso para diagramara la revista se utilizó el programa Adobe InDesign CC, ya que al crear un documento permite establecer y definir las características para la elaboración de un trabajo editorial.

Al crear un nuevo documento en InDesign se define el número de páginas que se necesiten, las líneas guías para establecer el número de filas y columnas, el espacio entre columnas, el formato de la página y definir los márgenes.

Una retícula modular es la adecuada para emplear en el documento cuando se tiene mucha información, ya que en esta retícula se puede distribuir de manera ordenada tanto el texto como imágenes, dando armonía y coherencia dentro de la página. Según (Samara, 2009) menciona que: “Es importante comprender que la retícula no es solo una guía precisa, nunca debería imponerse a los elementos que se colocarán dentro de ella. El trabajo de la retícula, es proporcionar unidad global sin rebajar la vitalidad de la composición”.

La retícula modular es en si el espacio en el que se trabajó la maquetación de la revista, creando filas y columnas de acuerdo a la necesidad en base a la información adquirida, como texto e imágenes, que se organizó de manera armoniosa dentro de las retícula, usando bien los espacios, dando composición y equilibrio entre las imágenes, textos y elementos contribuyentes en la diagramación.

Recalcando en el tema de la diagramación, es muy importante que un trabajo editorial como es una revista o periódico tenga legibilidad, esto quiere decir, que al poseer demasiada información, el diseñador debe centrarse en la composición de los elementos para que el lector no se sature con la lectura, ya que provoca cansancio visual al ver demasiado texto. Por ende la información textual debe tener espacios en blanco, para dar pausa a la lectura y, evitar el cansancio del lector. (Buen, 2000) Menciona que: “Equilibrar y armonizar el texto significa un reto emocionante; lograrlo, pasando inadvertido, es un arte sublime”.

Basándonos en el concepto de Jorge De Buen, la legibilidad del texto depende de la creatividad y audacia del diseñador en la maquetación.

Una revista digital contiene un formato atribuido por el diseñador dependiendo la necesidad. Una revista cargada a una página web puede tener un formato PDF, o PDF interactivo, estos formatos vienen preestablecidos dentro del programa Adobe InDesign. Estos formatos nos sirven para exportar el documento una vez que se ha terminado, sea una revista, periódico o cualquier trabajo editorial.

De esta manera facilita cargar el archivo a páginas web o a las aplicaciones que existen hoy en día para los celulares, lo cual es beneficioso si se quiere tener un mayor alcance de alguna publicación. (Briggs, 2007) Expresa que: “La creciente adopción de la tecnología de comunicación móvil no solo cambia la forma en que las audiencias reciben las noticias, sino que también abre nuevas formas para generarlas”.

Actualmente una revista digital tiene un mayor auge entre las personas, ya que al ser cargada a una página web es mucho más fácil de acceder a esta información desde el propio hogar, y más aún desde un celular inteligente. Con el avance de la tecnología, los medios de comunicación se adaptan a los cambios para llegar al público objetivo.

Posteriormente de haber realizado la revista, se dio paso a la elaboración de manual de estilo gráfico, el cual se maquetó en el mismo Software Adobe InDesign.

En el manual de línea gráfica se dio a conocer los elementos utilizados en la revista, el tipo de retícula usada, las tipografías, márgenes, formato, colores, analogías, la estructuración que componen cada una de las secciones de la revista, en general se detalla la composición para las siguientes ediciones de la revista.

La promoción de la revista “El Quirogueño” se lo realizará mediante la difusión dentro de las redes sociales, en este caso el Facebook propio del GAD, se hará publicaciones interactuando con los seguidores para que se enteren de la existencia de esta revista, así la gente compartirá la publicación y que el alcance sea mucho mayor.

La revista digital se cargará a la página web perteneciente al GAD parroquial de Quiroga del cantón Cotacachi para que la gente pueda revisar la información y el contenido basado en la gestión desarrollada por el GAD. El link se puede difundir a través del Facebook del GAD para obtener una mayor acogida y alcance de la revista dentro de la parroquia, incluyendo ciudades aledañas.

## **5.4 Objetivos**

### ***5.4.1 General***

- Realizar una revista promocional de la gestión social cultural y económica del GAD Parroquial rural de Quiroga para la difusión de sus actividades, conjuntamente con un manual de estilo gráfico como guía para próximas ediciones de la revista.

### ***5.4.2 Específicos***

- Escoger las actividades de mayor relevancia relacionada a la gestión social, cultural y económica del GAD Parroquial de Quiroga.
- Informar las actividades sociales, culturales y económicas realizadas por el GAD Parroquial de Quiroga para conocimiento de la población.
- Difundir la revista con las autoridades del GAD Parroquial de Quiroga y a la población con el fin de promocionar la gestión social, cultural y económica.

## 5.5 Ubicación Sectorial y Física (MAPA)

**País:** Ecuador

**Provincia:** Imbabura

**Ciudad:** Cotacachi

**Institución:** GAD Parroquial Rural de Quiroga.

**Beneficiarios:** Autoridades, pobladores, turistas nacionales y extranjeros.

## 5.6 Desarrollo de la propuesta

Se realizó una revista con secciones de: gestión social, cultural y económica del GAD Parroquial de Quiroga, con el fin de promocionar dichas actividades a sus pobladores, la misma que servirá de aporte en el área de comunicación y difusión a todos los pobladores de la zona. La revista se publicará cada cuatro meses, en formato A4 y cada edición contendrá información actualizada acorde a las actividades realizadas por el GAD. Dicho esto, a continuación se detalla la revista propuesta.

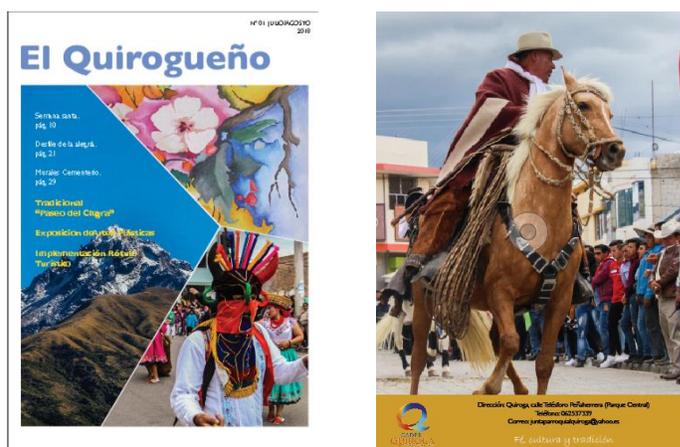


Figura No.1.- Portada y contraportada de la revista *El Quiroguño*

Fuente: Daniel Narváz y Paúl Vélez



Figura No.2.- Páginas internas de la revista El Quiroguense (créditos y editorial)

Fuente: Daniel Narváez y Paúl Vélez



Figura No.3.- Páginas internas de la revista El Quiroguense (presentación miembros del GAD, Misión y Visión)

Fuente: Daniel Narváez y Paúl Vélez

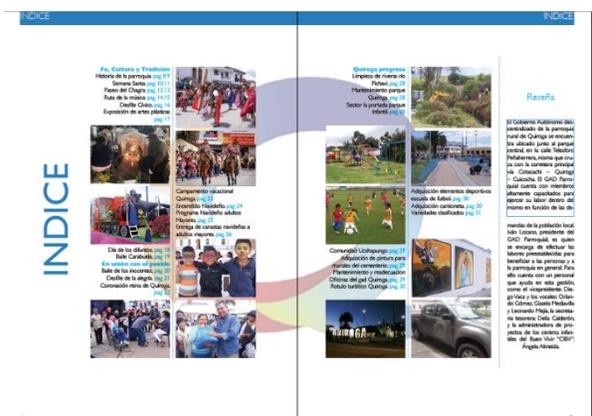


Figura No.4.- Páginas internas de la revista El Quiroguense (Índice de contenidos)

Fuente: Daniel Narváez y Paúl Vélez

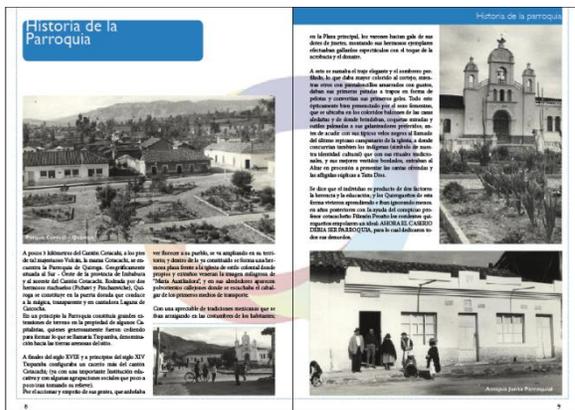


Figura No.5.- Historia de la Parroquia de Quiroga

Fuente: Daniel Narváez y Paúl Vélez



Figura No.6.- Portada sección Fé, cultura y tradición de la revista El Quiroguense

Fuente: Daniel Narváez y Paúl Vélez



Figura No.7.- Sección Fé, cultura y tradición

Fuente: Daniel Narváez y Paúl Vélez

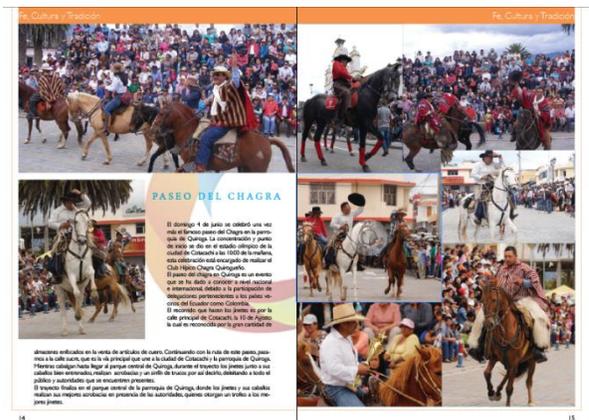


Figura No.8.- Sección Fé, cultura y tradición

Fuente: Daniel Narváez y Paúl Vélez



Figura No.9.- Sección Fé, cultura y tradición

Fuente: Daniel Narváez y Paúl Vélez



Figura No.10.- Sección Fé, cultura y tradición

Fuente: Daniel Narváez y Paúl Vélez



Figura No.11.- Sección Fé, cultura y tradición

Fuente: Daniel Narváez y Paúl Vélez



Figura No.12.- Portada sección En unión con el pueblo

Fuente: Daniel Narváez y Paúl Vélez



Figura No.13.- Sección En unión con el pueblo

Fuente: Daniel Narváez y Paúl Vélez



Figura No.14.- Sección En unión con el pueblo

Fuente: Daniel Narváez y Paúl Vélez



Figura No.15.- Sección En unión con el pueblo

Fuente: Daniel Narváez y Paúl Vélez



Figura No.16.- Portada Sección Quiroga progresa

Fuente: Daniel Narváez y Paúl Vélez



Figura No.17.- Sección Quiroga progresas

Fuente: Daniel Narváez y Paúl Vélez



Figura No.18.- Portada Sección Variedades

Fuente: Daniel Narváez y Paúl Vélez



Figura No.19.- Galería de fotos

Fuente: Daniel Narváez y Paúl Vélez

Posterior a haber terminado la revista se dio paso a la creación de un manual de línea gráfica, donde se detalla todos los aspectos y elementos conformados en la maquetación de la revista, que servirán de guía para próximas ediciones de la revista, de manera que tenga una continuidad en el diseño y no pierda la armonía y analogía de la composición.

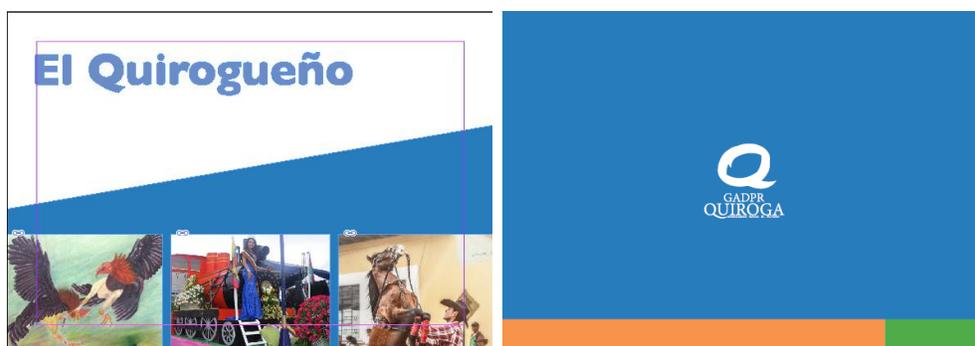


Figura No.20.- Portada y contraportada del Manual de línea gráfica

Fuente: Daniel Narváez y Paúl Vélez

<p><b>6</b>      Introducción</p> <p><b>7</b>      El Quirogueño</p> <p><b>8</b>      Tamaño de la marca</p> <p><b>9</b>      Versiones cromáticas</p> <p><b>10</b>     Restricción de uso</p> <p><b>11</b>     Uso sobre fondos</p> <p><b>12</b>     Cromática</p> <p><b>13</b>     Significado del color</p> <p><b>14</b>     Tipografía</p> <p><b>15</b>     Características del Quirogueño</p> <p><b>16</b>     Caja de texto</p> <p><b>17</b>     Estructura</p>	<p><b>18</b>     Variedad</p> <p><b>19</b>     Reticula</p> <p><b>20</b>     Folio y Filete</p> <p><b>21</b>     Collage</p> <p><b>22</b>     Paginas iniciales de la revista</p> <p><b>23</b>     Paginas internas de la introduccion</p> <p><b>24</b>     Inicio de sección</p> <p><b>25</b>     Collage ejemplo</p>
---	--

Figura No.21.- Índice de contenidos del Manual

Fuente: Daniel Narváez y Paúl Vélez

## 5.7 Impactos

### 5.7.1 Impacto Social

La revista “El Quirogueño” contiene información en el ámbito, social, cultural y económico de mucho interés para los pobladores, la misma que será difundida a través de las

redes sociales como el Facebook y la página web propia del GAD, de manera que la gente tenga fácil acceso y se informe correctamente de los hechos y, no solamente la población de Quiroga, sino que gracias a la tecnología, la revista se propague a ciudades de las distintas provincias del país para que de esta manera tanto los pobladores como extranjeros conozcan la parroquia de Quiroga .

### ***5.7.2 Impacto Cultural***

El impacto cultural que tendrá la revista será muy relevante para la población Quiroguense, ya que al ser una parroquia llena de cultura y tradición, los moradores sentirán mayor atracción en este aspecto. Es por ello que la sección cultural es el mayor contenido de la revista y la parte central de la misma, ya que de esta manera se fomenta la cultura y las tradiciones haciendo prevalecer en las nuevas generaciones y no perder su identidad como Quiroguenses.

### **5.8 Difusión**

La investigación y propuesta realizada como es la revista digital se socializó con el presidente del GAD y los vocales presentes, explicándoles acerca del contenido, las secciones y la información propiciada por el mismo GAD para la elaboración, además de argumentar el debido uso de las redes sociales que poseen para la difusión de la revista.

### **5.9 Conclusiones**

- Los moradores de la parroquia de Quiroga dieron a conocer que las actividades realizadas por parte del GAD parroquial no son informadas permanentemente, ya sea de carácter social, cultural o económico, por lo que genera desconocimiento en las personas.

- La mayoría de pobladores de la parroquia de Quiroga asegura que no participa en actividades desempeñadas por el GAD de ningún ámbito, como en lo social, cultural o económico, exceptuando por una minoría que si es participe de alguna actividad, específicamente en lo cultural.
- Tanto el presidente del GAD de la parroquia de Quiroga como sus pobladores están de acuerdo con que se elabore una revista digital en la que se informe las actividades sociales, culturales y económicas desempeñadas por el GAD.

### **5.10 Recomendaciones**

- Se recomienda al GAD parroquial Quiroga que informe con mayor frecuencia acerca de las actividades desarrolladas para que las personas tengan conocimiento de la gestión que se realiza en la parroquia.
- Dado que muchos de los pobladores no participan en actividades sociales culturales y económicas desarrolladas por el GAD, se recomienda que fomenten e inciten a los moradores a ser partícipes de muchas de estas actividades o eventos propuestos por el GAD, y así aumentar la inclusión entre la población.
- Con la elaboración de la revista digital y el contenido que esta tendrá para informar a los pobladores de la parroquia de Quiroga acerca de la gestión desempeñada por el GAD, es recomendable que la revista se socialice con las personas y se dé a conocer a través de redes sociales como el Facebook del GAD la existencia de esta revista.

## 5.11 Contestación a las preguntas de investigación

### Pregunta de investigación N°1

- **¿Cuáles son las bases de fundamentación relacionadas al diseño y a la gestión social, cultural y económica del GAD parroquial de Quiroga mediante la construcción de un marco teórico?**

Las bases de fundamentación fueron inicialmente la elaboración de todo el proyecto de tesis por medio de un modelo de estructuración o formato que tiene la Universidad Técnica del Norte para realizar trabajos de grado, posteriormente se desarrolló el contenido, fundamentado cada tema propuesto con su bibliografía respectiva, tomando en cuenta los principios del diseño y diseño editorial, principalmente sobre revistas. Se enfocó temas sociales, culturales y económicos para sustentar el tema de la gestión desarrollada por el GAD de Quiroga. También se realizó un FODA del lugar para conocer las fortalezas de la parroquia, denotando que su fuerte es el turismo local.

### Pregunta de investigación N°2

- **¿Es prescindible realizar un análisis dentro del GAD parroquial de Quiroga para conocer el enfoque de dar a conocer la gestión social, cultural y económica a la población?**

Si, se realizó un estudio dentro del GAD parroquial y a sus miembros pertinentes a través de una encuesta de diagnóstico, con la cual se obtuvo información respecto a la mala promoción que realiza el GAD de sus actividades sociales culturales y económicas, también se logró identificar el desconocimiento que existe por parte de los pobladores en relación a la gestión realizada, la falta de información impartida, las

obras realizadas en beneficio de la parroquia que la población no se entera, por lo tanto se ha propuesto elaborar una revista digital, la cual saldrá cada cuatro meses, la misma en la que se informará de toda actividad realizada por parte del GAD en los ámbitos sociales, culturales y económicos.

### **Pregunta de investigación N°3**

- **¿Cómo diseñar una revista digital y un manual de línea gráfica como un medio de promoción de la gestión social, cultural y económica que realiza el GAD parroquial de Quiroga?**

Para la elaboración de la revista digital propuesta para promocionar la gestión desempeñada por el GAD de Quiroga es necesario hacer uso del software Adobe InDesign, el cual está especializado exclusivamente para el diseño editorial y trabajos impresos como flayers, trípticos, catálogos y diseños más complejos como la elaboración de revistas, periódicos, libros, entre otros como es el manual de estilo gráfico, en el que respalda los elementos, composición, tipografías y cromáticas usadas en la revista.

### **5.12 Glosario de Términos en orden alfabético (a-z)**

- **Abstracto:** Que no pretende representar cosas concretas, sino que atiende exclusivamente a elementos de forma, color, proporción.
- **Afiches:** Cartel o aviso expuesto al público, realizado con alguna intención artística, mediante el que se anuncia un evento futuro.

- **Ambigüedad:** Posibilidad de que algo pueda entenderse de varios modos o de que admita distintas interpretaciones.
- **Cognitivo:** Lo cognitivo es aquello que pertenece o que está relacionado al conocimiento. Éste, a su vez, es el cúmulo de información que se dispone gracias a un proceso de aprendizaje o a la experiencia.
- **Diagramación:** Diseñar y realizar la maqueta de una revista, libro o periódico.
- **Efectuar:** Ejecutar o llevar a cabo algo.
- **Estético:** De la estética o relativo a ella. Artístico, de bello aspecto.
- **Estilizar:** Interpretar convencionalmente la forma de un objeto haciendo resaltar tan solo sus rasgos más característicos.
- **Estimular:** Incitar, animar a alguien para que efectúe una cosa.
- **Fanpages:** El termino Fanpage al ser traducido al español quiere decir página de fans, y no es otra cosa que una página web que ha sido diseñada por personas que desean emprender algún negocio a través de la red.
- **Folio:** Número de página que aparece en los libros comerciales, periódicos, etc.
- **Góndolas:** Soporte publicitario que consiste en un mueble alargado, de tres o más niveles, muy utilizado en los comercios para la presentación de mercancías. Es una forma atractiva de promocionar productos en los puntos de venta.
- **InDesign:** Es una aplicación para la composición digital de páginas desarrollada por la compañía Adobe Systems y dirigida a maquetadores profesionales.

- **JPG:** Son las siglas de Joint Photographic Experts Group, el nombre del grupo que creó este formato, jpg es un formato de compresión de imágenes, tanto en color como en escala de grises, con alta calidad.
- **Legible:** Que puede ser leído por su claridad o interés.
- **Ligada:** Unión de dos puntos sosteniendo el valor de ellos y nombrando solo el primero.
- **Maquetar:** Componer gráficamente las páginas de una publicación, distribuyendo los distintos elementos que van a formar parte de ellas, dando formato a las imágenes y a los diferentes tipos de letra, etc., a partir del esbozo o diseño inicial.
- **Marketing:** Conjunto de técnicas que a través de estudios de mercado intentan lograr el máximo beneficio en la venta de un producto.
- **Mediador:** Que interviene en una discusión o enfrentamiento para encontrar una solución.
- **Módulos:** El Módulo Es un elemento adoptado como unidad de medida para determinar las proporciones entre las diferentes partes de una composición y que se repite sistemáticamente en el espacio.
- **Patrocinar:** Sufragar una empresa los gastos de un programa de radio o televisión, de una competición deportiva, etc, con fines publicitarios.
- **PSD:** El PSD es un formato nativo de photoshop y permite guardar todas las presentaciones, retoques, nuevas creaciones realizadas con este programa. Guarda los

archivos con 48 bits de color y permite almacenar todas las capas, canales etc. que exista en el archivo de imagen.

- **Persuadir:** Convencer a alguien para que haga o deje de hacer algo.
- **Prescindir:** Omitir, no contar con algo o con alguien.
- **Retículas:** Es un término que puede emplearse en diferentes contextos. En su sentido más amplio, puede definirse como una estructura bidimensional que permite organizar ciertos elementos o contenidos.
- **Susceptible:** Capaz de recibir el efecto o acción que se indica.
- **TIFF:** (Tagged Image File Format) es un formato de archivo informático para almacenar imágenes de mapa de bits. Es prevalente en la industria gráfica y en la fotografía profesional por su versatilidad y compresión no destructiva.
- **Vallas:** Armazón o cartelera situada en la vía pública con fines publicitarios.

### 5.13 Bibliografía

- Álvarez, J. T. (2012). Modelos de gestión y estrategias en comunicación organizacional. En J. T. Álvarez, *Manejo de la comunicacion organizacional* (pág. 3). España: Díaz De Santos.
- Aranha, D. A. (6 de Abril de 2009). *Quiroga su historia y tradición*. Obtenido de <http://edaranja.blogspot.com/2009/04/quiroga-su-historia-y-tradicion.html>
- Armstrong, G. (20011). ¿Qué es el marketing? . En G. Armstrong, *Introducción al marketing* (pág. 5). Madrid: PEARSON EDUCACIÓN.
- Best, k. (2009). *Fundamentos del management del diseño*. Barcelona (España): Parramón Ediciones, S.A.
- Bridgewater, P. (1992). Fundamentos. En P. Bridgewater, *Introduccion al diseño grafico* (pág. 10). Mexico: TRILLAS.
- Briggs, M. (2007). Herramientas y juguetes. En M. Briggs, *Periodismo 2.0* (pág. 48). knight Foundation.

- Buen, J. D. (2000). Legibilidad. En J. D. Buen, *Manual de diseño editorial* (pág. 42). México: Editorial Santillana.
- Burnett, J. (1996). Crear una estrategia. En J. Burnett, *Promoción conceptos y estrategia* (pág. 228). Bogotá: McGrawHill.
- Burnett, J. (1996). El significado de promoción. En J. Burnett, *Promoción conceptos y estrategias* (pág. 5). Bogotá: McGrawHill.
- Cateora, P. R. (1995). la publicidad y el esfuerzo de promoción globales . En P. R. Cateora, *Marketing internacional* (pág. 550). Mexico: IRWIN.
- Chong, J. L. (2000). Tipos de promoción de ventas. En J. L. Chong, *Promoción de ventas* (pág. 13). México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Frascara, J. (2000). Comunicación. En J. Frascara, *Diseño gráfico y comunicación* (pág. 68). Buenos Aires: Edicionesl Infinito.
- Frascara, J. (2000). Diseño gráfico y comunicación. En J. Frsacara, *Diseño gáafico y comunicación* (pág. 19). Buenos Aires: Ediciones infinito.
- Frascara, J. (2000). Objetivo esencial de la percepción visual. En J. Frascara, *Diseño gráfico y comunicación* (pág. 61). Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- Ghinaglia, D. (2009). Maqutación. En D. Ghinaglia, *Taller de diseño editorial* (pág. 3).
- Goya, E. D. (2012). Medios de comunicación masiva. En E. D. Goya, *Medios de comunicación masiva* (pág. 12). Mexico: RED TERCER MILENIO S.C.
- Hembree, R. (2008). Composición y diseño de la página. En R. Hembree, *El diseñador gráfico, entender el diseño gráfico y la comuniación visual* (pág. 63). Barcelona: BLUME.
- Hembree, R. (2008). La retícula. En R. Hembree, *El diseñador gráfico, entender el diseño gráfico y la comunicación visual* (pág. 68). Barcelona: BLUME.
- Heskett, J. (2002). ¿Qué es el diseño? En J. Heskett, *El Diseño en la vida cotidiana* (pág. 5). Barcelona: Gustavo Gili, SL.
- Jiménez, A. L. (2000). Los medios de comunicacion. En A. L. Jiménez, *Gestión del marketing ocial* (pág. 199). Madrid: McGRAW-HILL.
- Kirchner, A. E. (2016). ¿Qué es el marketing político? En A. E. Kirchner, *Marketing político* (pág. 11). México: Cengage Learning Editores, S.A.
- Lamb/Hair/McDaniel. (2013). Tipos de medios. En Lamb/Hair/McDaniel, *MKTG Marketing* (pág. 274). Mexico: Data Color impresores.
- Lamb/Hair/McDaniel. (2013). Ventajas y desventajas de los medios de publicidad. En Lamb/Hair/McDaniel, *MKTG Marketing* (pág. 275). Mexico: Data Color Impresores.

- Larrea, M. V. (2011). La provincia de Imbabura. En M. V. Larrea, *Imbabura un edén* (pág. 11). Quito: Estudio 21.
- Larrea, M. V. (2011). Políticas. En M. V. Larrea, *Imbabura un edén* (pág. 16). Quito: Studio 21.
- Leonor Arfuch, N. C. (1997). La comunicación, función del diseño gráfico. En N. C. Leonor Arfuch, *Diseño y comunicación, Teorías y enfoques críticos* (pág. 41). Buenos Aires: Píds SAICF.
- Mays, J. (2003). Todo nuevo producto debe innovar. En C. & Fiell, *El Diseño Del Siglo XXI* (pág. 114). Barcelona: Taschen.
- Mendel, T. (2009). El derecho a la información en AméricaLlatina. En T. Mendel, *El derecho a la información en AméricaLlatina* (pág. 1). Quito: ONU.
- Munari, B. (2005). El mensaje visual. En B. Munari, *Diseño y comunicacion visual* (pág. 82). Barcelona: Gustavo Gili, SA.
- Parera, D. T. (2005). Diseño gráfico y medios de comunicación. En D. T. Parera, *Diseño gráfico y comunicción* (pág. 7). Madrid: PEARSON EDUCACIÓN, S.A.
- Parera, D. T. (2005). Elementos y principios básicos. En D. T. Parera, *Diseño grafico y comunicación* (pág. 15). Madrid: PEARSON EDUCACION, S.A.
- Parera, D. T. (2005). Percepción visual. En D. T. Parera, *Diseño Gráfico y comunicación* (pág. 32). Madrid: PEARSON EDUCACIÓN, S.A.
- Parera, D. T. (2005). Principios básicos. En D. T. Parera, *Diseño gráfico y comunicacion* (pág. 23). Madrid: PEARSON EDUCACIÓN, S.A.
- Peña, P. (2005). Definiendo la Publicidad. En P. Peña, *Publicidad el arte de convencer* (pág. 16). Perú: esepe editores.
- Pindado, F. (2008). La fuerza de la democracia en la actualidad. En F. Pindado, *Participación ciudadana* (pág. 123). Aragón: Jfactory.
- Posso, M. (2011). Primera metodología. En M. Posso, *Proyectos, tesis y marco lógico* (pág. 170). Quito: Noción Imprenta.
- Samara, T. (2009). La Retícula. En D. Ghinaglia, *Taller de diseño editorial* (pág. 7).
- Scott, R. G. (s.f.). En *Fundamnetos del Diseño* (pág. 4). Editorial Victor Leru.
- Suarez, M. P. (Octubre de 2015). *Actualización del plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia Quiroga 2015 - 2019*. Obtenido de [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdocumentofinal/1060016930001\\_PDOT%20UIROGA\\_27-10-2015\\_21-26-48.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1060016930001_PDOT%20UIROGA_27-10-2015_21-26-48.pdf)
- Suarez, M. P. (2015). Análisis demográfico. En M. P. Suarez, *Actualización del plan de desarrollo y ordenamiento de la Parroquia Quiroga* (pág. 10). Cotacachi.

- Wallace, W. (2002). La Gestión de Proyecto en la Actualidad . En W. Wallace, *Gestión de Proyectos* (pág. 43). Gran Bretaña: Edinburgh Business School.
- Wong, W. (2012). El lenguaje visual. En W. Wong, *Fundamentos del diseño* (pág. 41). Barcelona: Gustavo Gili, SL.
- Wong, W. (2012). Elementos conceptuales. En W. Wong, *Fundamentos del diseño* (pág. 42). Barcelona: Gustavo Gili, SL.
- Wong, W. (2012). Elementos de relación. En W. Wong, *Fundamentos del diseño* (pág. 43). Barcelona: Gustavo Gili, SL.
- Wong, W. W. (2004). Comunicación. En W. W. Wong, *Diseño Gráfico Digital* (pág. 17). Barcelona: Gustavo Gili, SA.
- Wong, W. W. (2004). Comunicación. En W. W. Wong, *Diseño Gráfico Digital* (pág. 17). Barcelona: Gustavo Gili, SA.
- Zappaterra, Y. (2007). El cuerpo de texto. En Y. Zappaterra, *Diseño editorial, periódicos y revistas* (pág. 78). Barcelona: Gustavo Gili, SA.
- Zappaterra, Y. (2007). La función del diseño editorial. En Y. Zappaterra, *Diseño editorial, periódicos y revistas* (pág. 6). Barcelona: Gustavo Gili, SL.
- Zappaterra, Y. (2007). Qué es el diseño editorial. En Y. Zappaterra, *Diseño editorial, periódicos y revistas* (pág. 6). Barcelona: Gustavo Gili, SL.
- Zappaterra, Y. (2007). Retículas. En Y. Zappaterra, *Diseño editorial, periódicos y revistas* (pág. 119). Barcelona: Gustavo Gili, SL.

# ANEXOS

**Anexo No.1****Árbol de problemas**

## Anexo No.2

## Matriz Categorical

Objetivos del diagnóstico	VARIABLES	Dimensiones	Indicadores
Sentar las bases técnicas y científicas relacionadas al diseño y la promoción del GAD	Promoción de la gestión social, cultural y económica.	Gestión social	Deportes
			Fiestas
			Celebraciones
			Gastronomía
		Gestión cultural	Música
			Danza
			Cultura
			Arte
			Tradicición
		Gestión económica	Ingresos
			Presupuesto
Realizar un diagnóstico técnico a los pobladores de la parroquia de Quiroga	Información de datos verídicos suscitados en la Parroquia de Quiroga	Aspecto sociales, culturales y económicos de Quiroga	Historia
			Ubicación
			Tradiciones
			Lugares turísticos
			Gastronomía
			Clasificados
			Fotografías
			Artículos promocionales
			Publicidad
			Publicaciones

## Anexo No.3

## Encuesta



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

**ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE LA PARROQUIA RURAL DE QUIROGA**

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

**DATOS INFORMATIVOS:**

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

**Cuestionario:****1. ¿Cómo considera la gestión social del GAD actual?**

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

**2. ¿Cómo considera la gestión cultural del GAD actual?**

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

**3. ¿Cómo considera la gestión económica del GAD actual?**

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

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

SI	NO
( )	( )

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

SI	NO
( )	( )

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

SI	NO
( )	( )

**7. ¿Considera importante que el GAD socialice sus actividades mediante una revista digital?**

SI NO

**8. ¿Considera importante que el GAD socialice sus actividades mediante una página web?**

SI NO

**9. ¿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):

**10. ¿Por qué medios recibió la información?**

	SI	NO
En una Reunión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Página Web	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Facebook	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Twitter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Perifoneo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tv	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Medios Impresos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**11. ¿Qué tipo de información recibió?**

	Si	No
Social	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cultural	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Económica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**12. ¿La información recibida considera que fue?**

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

### **Anexo No.3**

#### **Entrevista**

**Entrevista realizada al presidente del GAD de la parroquia rural de Quiroga del cantón**

**Cotacachi de la provincia de Imbabura: Sr. Iván Lozano**

#### **ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA**

- 1. ¿Cuánto tiempo está en su cargo de presidente?**
- 2. ¿Cuál es la principal fuente de información para los moradores de la parroquia?**
- 3. ¿Cuenta usted con el apoyo del municipio para la promoción de la parroquia?**
- 4. ¿De qué manera promociona la parte cultural de la parroquia?**
- 5. ¿Dentro de su equipo de trabajo existe una persona a quien se le asigne la tarea de realizar la promoción de la gestión social, cultural y económica del GAD?**
- 6. ¿En cuanto al presupuesto que se le asigna, cuanto dispone para la promoción de la gestión social cultural y económica del GAD?**
- 7. ¿En qué medida considera usted importante informar a la comunidad de su parroquia lo que se realiza en el ámbito social cultural y económico?**
- 8. ¿Desearía usted que se desarrolle una revista digital, en cual se evidencie lo que se ha realizado en su gestión?**
- 9. ¿Qué le gustaría como parte extra informar dentro de la revista digital?**
- 10. ¿De qué manera se realizan las reuniones en el GAD, que materiales utiliza, con qué medios informa?**
- 11. ¿Cuáles son los mayores atractivos de la parroquia?**
- 12. ¿A que se dedican la mayoría de moradores de la parroquia?**

**13. ¿Cuáles son los platos gastronómicos de la Parroquia de Quiroga?**

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

**Anexo No.4****Fichas de observación****FICHA DE OBSERVACIÓN****Nombre del observador:** Daniel Narváez – Paúl Vélez**Fecha:** 18 de Noviembre 2016**Hora:** 10:00am**Lugar:** Parroquia de Quiroga**Recurso:** Libreta de apuntes-Hoja de observación**OBJETIVO.-** Conocer la parroquia rural de Quiroga junto con el GAD.

<b>Hora</b>	10:00am
<b>Situación</b>	Conocer la parroquia rural y socialización del proyecto de tesis.
<b>Sujeto</b>	GAD Parroquial rural de Quiroga

**OBSERVACIÓN**

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

**CONCLUSIÓN**

- El presidente del GAD Parroquial se muestra contento de que se le tome en cuenta a la parroquia para el proyecto planteado como es la creación de una revista digital.

Firma de responsabilidad



Daniel Narváez

C.I. 100320896-2



Paúl Vélez

C.I. 100378216-4

## FICHA DE OBSERVACIÓN

**Nombre del observador:** Daniel Narváez – Paúl Vélez

**Fecha:** 15 de Diciembre 2016

**Hora:** 10:00am

**Lugar:** Parroquia de Quiroga

**Recurso:** Libreta de apuntes-Hoja de observación

**OBJETIVO.-** Conocer los lugares más importantes de la parroquia, como el parque, la iglesia y algunas calles de alrededor.

<b>Hora</b>	10:00am
<b>Situación</b>	Conocer los lugares más importantes de la parroquia.
<b>Sujeto</b>	GAD Parroquial rural de Quiroga

### OBSERVACIÓN

- La parroquia de Quiroga se encuentra a 5 min de distancia en bus, la parada principal queda en el parque central, y al frente se encuentra la iglesia parroquial.
- Se hizo un recorrido por el parque y luego por el interior de la iglesia.

### CONCLUSIÓN

- En el interior de la iglesia parroquial reside la imagen de la Virgen María Auxiliadora, patrona de Quiroga.

Firma de responsabilidad



Daniel Narváez

C.I. 100320896-2



Paúl Vélez

C.I. 100378216-4

## FICHA DE OBSERVACIÓN

**Nombre del observador:** Daniel Narváez – Paúl Vélez

**Fecha:** 21 de Diciembre 2016

**Hora:** 10:00am

**Lugar:** Parroquia de Quiroga

**Recurso:** Libreta de apuntes-Hoja de observación

**OBJETIVO.-** Conocer la Laguna de Cuicocha

<b>Hora</b>	10:00am
<b>Situación</b>	Conocer la Laguna de Cuicocha
<b>Sujeto</b>	GAD Parroquial rural de Quiroga

### OBSERVACIÓN

- La Laguna de Cuicocha está a pocos minutos de la parroquia, es uno de los lugares más turísticos dentro del Cantón Cotacachi.
- En el muelle de la Laguna hay lanchas que dan un paseo alrededor de los islotes que están en el interior de la Laguna.

### CONCLUSIÓN

- La Laguna de Cuicocha es un atractivo turístico con mucho potencial.

Firma de responsabilidad



Daniel Narváez

C.I. 100320896-2



Paúl Vélez

C.I. 100378216-4

## FICHA DE OBSERVACIÓN

**Nombre del observador:** Daniel Narváez – Paúl Vélez

**Fecha:** 18 de Febrero 2017

**Hora:** 10:00am

**Lugar:** Parroquia de Quiroga

**Recurso:** Libreta de apuntes-Hoja de observación

**OBJETIVO.-** Aplicar las encuestas en la parroquia de Quiroga.

<b>Hora</b>	10:00am
<b>Situación</b>	Aplicar las encuestas.
<b>Sujeto</b>	GAD Parroquial rural de Quiroga

### OBSERVACIÓN

- Los moradores de la parroquia de Quiroga colaboraron muy generosos en las respuestas al cuestionario establecido.
- Los moradores de la parroquia están emocionados por la elaboración de una revista.

### CONCLUSIÓN

- Para aplicar las encuestas se realizó la técnica del abanico, el cual consiste en distribuir los sectores de manera ordenada para cubrir toda la parroquia.

Firma de responsabilidad



.....  
Daniel Narváez

C.I. 100320896-2



.....  
Paúl Vélez

C.I. 100378216-4

## FICHA DE OBSERVACIÓN

**Nombre del observador:** Daniel Narváez – Paúl Vélez

**Fecha:** 14 de Abril 2017

**Hora:** 10:00am

**Lugar:** Parroquia de Quiroga

**Recurso:** Libreta de apuntes-Hoja de observación

**OBJETIVO.-** Conversar e interactuar con los miembros del GAD de Quiroga.

<b>Hora</b>	10:00am
<b>Situación</b>	Conversar e interactuar con los miembros del GAD.
<b>Sujeto</b>	GAD Parroquial rural de Quiroga

### OBSERVACIÓN

- Se dialogó acerca de los contenidos que tendrá la revista digital.
- Los miembros del GAD están de acuerdo con los temas tratados sobre la revista.

### CONCLUSIÓN

- La revista digital tendrá contenido de las actividades desarrolladas por el GAD.

Firma de responsabilidad



Daniel Narváez

C.I. 100320896-2



Paúl Vélez

C.I. 100378216-4

## FICHA DE OBSERVACIÓN

**Nombre del observador:** Daniel Narváez – Paúl Vélez

**Fecha:** 22 de Junio 2017

**Hora:** 10:00am

**Lugar:** Parroquia de Quiroga

**Recurso:** Libreta de apuntes-Hoja de observación

**OBJETIVO.-** Recopilación de datos informativos acerca de la gestión realizada.

<b>Hora</b>	10:00am
<b>Situación</b>	Recopilación de datos.
<b>Sujeto</b>	GAD Parroquial rural de Quiroga

### OBSERVACIÓN

- Se obtuvo información importante de la gestión realizada por parte del GAD de Quiroga.
- Los miembros del GAD colaboran con la información para el contenido de la revista.

### CONCLUSIÓN

- El presidente del GAD como sus miembros administrativos colaboran positivamente en la recopilación de datos.

Firma de responsabilidad



Daniel Narváez

C.I. 100320896-2



Paúl Vélez

C.I. 100378216-4

## FICHA DE OBSERVACIÓN

**Nombre del observador:** Daniel Narváez – Paúl Vélez

**Fecha:** 12 de Marzo 2018

**Hora:** 10:00am

**Lugar:** Parroquia de Quiroga

**Recurso:** Libreta de apuntes-Hoja de observación-memoria USB.

**OBJETIVO.-** Recopilación de datos informativos acerca de la gestión realizada y archivos fotográficos.

<b>Hora</b>	10:00am
<b>Situación</b>	Recopilación de datos.
<b>Sujeto</b>	GAD Parroquial rural de Quiroga

### OBSERVACIÓN

- Se obtuvo información importante de la gestión realizada por parte del GAD de Quiroga.
- Los miembros del GAD colaboran con la información para el contenido de la revista.

### CONCLUSIÓN

- El presidente del GAD como sus miembros administrativos colaboran positivamente en la recopilación de datos.

Firma de responsabilidad



.....

Daniel Narváez

C.I. 100320896-2



.....

Paúl Vélez

C.I. 100378216-4

## FICHA DE OBSERVACIÓN

**Nombre del observador:** Daniel Narváez – Paúl Vélez

**Fecha:** 02 de Abril 2018

**Hora:** 10:00am

**Lugar:** Parroquia de Quiroga

**Recurso:** Libreta de apuntes-Hoja de observación-grabadora de voz.

**OBJETIVO.-** Entrevistar al presidente del GAD de Quiroga para conocer la situación actual.

<b>Hora</b>	10:00am
<b>Situación</b>	Entrevista presidente GAD.
<b>Sujeto</b>	GAD Parroquial rural de Quiroga

### OBSERVACIÓN

- La información obtenida en la entrevista tiene mucha relevancia para la elaboración de la revista.
- La situación del GAD es propicia para ejercer el proyecto de realizar una revista digital con información de la gestión social, cultural y económica.

### CONCLUSIÓN

- El proyecto a desarrollar con la revista digital es una oportunidad para el GAD de sobresalir en la gestión actual..

Firma de responsabilidad



Daniel Narváez

C.I. 100320896-2



Paúl Vélez

C.I. 100378216-4

## FICHA DE OBSERVACIÓN

**Nombre del observador:** Daniel Narváez – Paúl Vélez

**Fecha:** 13 de Junio 2018

**Hora:** 10:00am

**Lugar:** Parroquia de Quiroga

**Recurso:** Libreta de apuntes-Hoja de observación-memoria USB.

**OBJETIVO.-** Recopilar información y fotografías acerca de la historia de la parroquia de Quiroga.

<b>Hora</b>	10:00am
<b>Situación</b>	Historia de la Parroquia.
<b>Sujeto</b>	GAD Parroquial rural de Quiroga

### OBSERVACIÓN

- La información de la historia de la parroquia se obtuvo por medio de una revista publicada en el año 1997.
- Santiago Lozano fue la persona quien pudo otorgar esta revista para conseguir la información.

### CONCLUSIÓN

- La historia de la parroquia es una introducción dentro de la revista digital, ya que el presidente del GAD hizo una petición de poner esta información relevante para la población Quiroguense.

Firma de responsabilidad



.....  
Daniel Narváez

C.I. 100320896-2



.....  
Paúl Vélez

C.I. 100378216-4

## Anexo No.5

### Fotografías



Visita y conocimiento del GAD de Quiroga.



Socialización del Proyecto con el presidente del GAD de Quiroga Sr. Iván Lozano y la secretaria Sra. Delia Calderón.



Socialización del Proyecto con el presidente del GAD de Quiroga Sr. Iván Lozano y la secretaria Sra. Delia Calderón.



Socialización del Proyecto con el presidente del GAD de Quiroga Sr. Iván Lozano y la secretaria Sra. Delia Calderón.



Socialización del Proyecto con el presidente del GAD de Quiroga Sr. Iván Lozano y la secretaria Sra. Delia Calderón.



Aplicación de la encuesta a los moradores de la Parroquia de Quiroga.



Aplicación de la encuesta a los moradores de la Parroquia de Quiroga.



Aplicación de la encuesta a los moradores de la Parroquia de Quiroga.



Aplicación de la encuesta a los moradores de la Parroquia de Quiroga.



Aplicación de la encuesta a los moradores de la Parroquia de Quiroga.



Aplicación de la encuesta a los moradores de la Parroquia de Quiroga.



Aplicación de la encuesta a los moradores de la Parroquia de Quiroga.



Aplicación de la encuesta a los moradores de la Parroquia de Quiroga.



Entrevista realizada al presidente del GAD de Quiroga Sr. Iván Lozano.



Entrevista realizada al presidente del GAD de Quiroga Sr. Iván Lozano.



Socialización de la revista al presidente del GAD de Quiroga Sr. Iván Lozano.



Socialización de la revista al presidente del GAD de Quiroga Sr. Iván Lozano.



Socialización de la revista al presidente del GAD de Quiroga Sr. Iván Lozano.



Socialización de la revista al presidente del GAD de Quiroga Sr. Iván Lozano.



Socialización de la revista al presidente del GAD de Quiroga Sr. Iván Lozano.



Socialización de la revista al presidente del GAD de Quiroga Sr. Iván Lozano.



**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:

<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	100320896-2		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Narváez Caicedo Daniel Alejandro		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Vicente Rocafuerte 702 y San Francisco, Cotacachi		
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:dannyalejo92@yahoo.es">dannyalejo92@yahoo.es</a>		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	062490033	<b>TELÉFONO MÓVIL</b>	0982723633

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO:</b>	<b>“PROMOCIÓN DE LA GESTIÓN SOCIAL, CULTURAL Y ECONÓMICA DEL GAD DE LA PARROQUIA RURAL DE QUIROGA DEL CANTÓN COTACACHI DE LA PROVINCIA DE IMBABURA”.</b>
<b>AUTOR (ES):</b>	Narváz Caicedo Daniel Alejandro
<b>FECHA: AAAAMMDD</b>	2018/08/02
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	Título de Licenciado en Diseño Gráfico
<b>ASESORA /DIRECTORA:</b>	Msc. Nelly Acosta



**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:

<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	100378216-4		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Vélez Mejía Luis Paúl		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Quiroga, Calle Juan Montalvo (Junto a la escuela Andrés Avelino de la Torre)		
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:paul-wy@hotmail.com">paul-wy@hotmail.com</a>		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	062537180	<b>TELÉFONO MÓVIL</b>	0991682973

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO:</b>	<b>“PROMOCIÓN DE LA GESTIÓN SOCIAL, CULTURAL Y ECONÓMICA DEL GAD DE LA PARROQUIA RURAL DE QUIROGA DEL CANTÓN COTACACHI DE LA PROVINCIA DE IMBABURA”.</b>
<b>AUTOR (ES):</b>	Vélez Mejía Luis Paúl
<b>FECHA: AAAAMMDD</b>	2018/08/02
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	Título de Licenciado en Diseño Gráfico
<b>ASESORA /DIRECTORA:</b>	Msc. Nelly Acosta

## **2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD**

Nosotros, Narváez Caicedo Daniel Alejandro, con cédula de identidad Nro. 100320896-2, Vélez Mejía Luis Paúl, con cédula de identidad Nro. 100378216-4, 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).....

Narváez Caicedo Daniel Alejandro

C. I. 100320896-2

(Firma).....

Vélez Mejía Luis Paúl

C. I. 100378216-4



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Nosotros, Narváez Caicedo Daniel Alejandro, con cédula de identidad Nro. 100320896-2, Vélez Mejía Luis Paúl, con cédula de identidad Nro. 100378216-4, 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 GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE LA PARROQUIA RURAL DE QUIROGA DEL CANTÓN COTACACHI 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).....

Narváez Caicedo Daniel Alejandro

C. I. 100320896-2

(Firma).....

Vélez Mejía Luis Paúl

C. I. 100378216-4