



CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

**DESARROLLO DE UN PLAN DE DIFUSIÓN SOCIAL PARA
CONCIENTIZAR SOBRE LA VIOLENCIA EN CONTRA DE LA MUJER EN
LA PARROQUIA DE CALDERÓN SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE
QUITO.**

**Proyecto de trabajo de graduación que se presenta como requisito para optar
por el título de Tecnólogo en Diseño Gráfico.**

AUTOR: KATHERINE LISBETH QUEZADA GONZÁLEZ

DIRECTOR: Anaya Cruz

Quito, 2018.

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Quito, 23 de Noviembre de 2018

El equipo asesor del trabajo de Titulación de las Sr. (Srta.) **QUEZADA GONZALEZ KATHERINE LISBETH**, de la carrera de Diseño Gráfico, cuyo tema de investigación fue: **DESARROLLO DE UN PLAN DE DIFUSIÓN SOCIAL PARA CONCIENTIZAR SOBRE LA VIOLENCIA EN CONTRA DE LA MUJER EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.**, una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.



Leda Anaya Cruz
Tutor – Revisor del Proyecto



Msc. Alejandro Castillo
Lector del Proyecto



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
CONSEJO DE CARRERA
Ing. Raquel Andrade
Delegado Unidad de Titulación



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
DIRECCIÓN DE CARRERA
Ing. Lizeth Guerrero
Directora de Carrera

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas, resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



Katherine Lisbeth Quezada González

CC: 172300121-8

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, **Quezada González Katherine Lisbeth** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. **172300121-8** de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado **PLAN DE DIFUSIÓN SOCIAL PARA CONCIENTIZAR SOBRE LA VIOLENCIA EN CONTRA DE LA MUJER EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN SECTOR**

NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO, con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.



Quezada González Katherine Lisbeth

172300121-8

Quito, febrero 2019

DEDICATORIA

El presente proyecto se lo dedico a mis padres que gracias a su apoyo incondicional y motivación han logrado que me mantenga firme para cumplir una de las metas mi vida.

A mi hermana que ha sido pieza clave para animarme en momentos difíciles, por su gran ayuda cuando me enfrentaba a ciertos problemas.

A mis amigos y familiares cercanos que siempre estuvieron prestos a brindarme su apoyo, o darme una palabra de apoyo durante mi periodo de estudios.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haber permitido culminar con éxito una meta más en mi vida, por haberme dado fortaleza para continuar día a día en esta etapa.

Al Instituto Tecnológico Superior Cordillera por haberme brindado la oportunidad de continuar con mis estudios y formarme como profesional para continuar con mi vida laboral.

A mis maestros por impartirme sus conocimientos ya que siempre estuvieron prestos a brindarme su apoyo, respaldo y consejos.

A mi tutora Ing. Anaya Cruz, por su dirección, paciencia, entrega y valiosos consejos que me permitieron culminar el presente proyecto.

INDICE GENERAL

Declaratoria	i
Licencia de uso no comercial	ii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Indice de tablas.....	xi
Indice de figuras	xiii
Resumen ejecutivo	xvi
Abstract	xvii
Introducción	xviii
CAPÍTULO I 1. Antecedentes	1
1.01. Contexto.....	1
1.02. Justificación	3
1.03. Definición del Problema Central (Matriz T)	5
CAPÍTULO II	6
2. Análisis de Involucrados	6
2.01. Mapeo de los Involucrados.....	6
2.02. Matriz de Análisis de Involucrados	7
CAPÍTULO III.....	8
3. Problemas y Objetivos	8
3.01. Árbol de Problemas	8
3.02. Árbol de Objetivos.....	9
CAPÍTULO IV.....	10
4. Análisis de Alternativas	10
4.01. Matriz de Análisis de Alternativas e Identificación de Acciones.....	10

4.01.01. Tamaño del Proyecto	11
4.01.02. Localización del Proyecto	12
4.01.03. Análisis Ambiental	14
4.02. Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos.....	15
4.03. Diagrama de Estrategias	16
4.04. Construcción de la Matriz de Marco Lógico	17
4.04.01. Revisión de los Criterios para Indicadores	17
4.04.02. Selección de Indicadores	21
4.04.03. Medios de Verificación	24
4.04.04 Supuestos	28
4.04.05. Matriz de Marco Lógico	32
CAPÍTULO V	35
5. Propuesta	35
5.01. Antecedentes de la Herramienta y Perfil de la Propuesta.....	35
5.01.01 Publicidad	35
5.01.02 Objetivos de la publicidad	36
5.01.03 Campaña	38
5.01.04 Campaña Social	39
5.01.05 Campañas de acción social o de bien público	39
5.01.06 Los medios publicitarios.....	39
5.01.07 Insight	40
5.01.08 Eje de Campaña	41
5.01.09 Público Objetivo	41
5.01.10 Plan de Medios	42
5.01.11 Violencia.....	42
5.01.12 Ciclo de la violencia física.....	43

5.01.13 Consecuencias psicológicas para la mujer maltratada.....	44
5.01.14 Desarrollo del síndrome de la mujer maltratada.....	44
5.01.14 Leyes.....	45
5.02 Descripción de la Herramienta	67
5.02 Encuesta.....	69
5.02.01 Modelo de Encuesta.....	69
5.02.02 Tabulación	70
5.03 Formulación del proceso de aplicación	79
5.03.01. Área Publicitaria	79
5.03.01.01. Imagen Corporativa	79
5.03.01.02. Logotipo.....	79
5.03.01.03. Fuentes utilizadas en el logotipo	79
5.03.01.04. Guía de Color (Cromática)	80
5.03.01.05. Grafimetría.....	80
5.03.01.06. Logotipo y aplicaciones correctas	81
5.03.01.07. Usos incorrectos	83
5.03.02. Brief Publicitario	83
5.03.02.01. Problemas Comunicacionales.....	85
5.03.02.02 Estrategias Comunicacionales	85
5.04. Estrategia Creativa.....	86
5.04.01 Reason Why:.....	87
5.04.02 Diseño de piezas gráficas	88
5.04.02.01 Afiche	88
5.04.02.02 Infografía	89
5.04.02.03 Portada Facebook	89
5.04.02.04 Perfil Facebook.....	90

5.04.02.05 Publicación Facebook Semana 1	90
5.04.02.06 Publicación Facebook Semana 2	91
5.04.02.07 Publicación Facebook Semana 3	91
5.04.02.08 Publicación Facebook Semana 4	92
5.04.02.09 Publicación Facebook Semana 5	92
5.04.02.10 Publicación Facebook Semana 6	93
5.04.02.11 Publicación Facebook Semana 7	93
5.04.02.12 Publicación Facebook Semana 8	94
5.04.02.13 Publicación Facebook Semana 9	94
5.04.02.14 Publicación Facebook Semana 10	95
5.04.02.15 Publicación Facebook Semana 11	95
5.04.02.16 Publicación Facebook Semana 12	96
5.04.02.17 Estrategia Redes Sociales	97
5.04.02.18 Calendario Conversacional Facebook.	98
5.04.02.19 Posts de campaña Facebook	98
5.04.02.20 Foto Perfil Instagram	100
5.04.02.21 Publicación Instagram Semana 1	101
5.04.02.22 Publicación Instagram Semana 2.....	102
5.04.02.23 Publicación Instagram Semana 3.....	102
5.04.02.24 Publicación Instagram Semana 4.....	103
5.04.02.25 Publicación Instagram Semana 5.....	103
5.04.02.26 Publicación Instagram Semana 6.....	104
5.04.02.27 Publicación Instagram Semana 7.....	104
5.04.02.28 Publicación Instagram Semana 8.....	105
5.04.02.29 Publicación Instagram Semana 9.....	105
5.04.02.30 Publicación Instagram Semana 10.....	106

5.04.02.31 Publicación Instagram Semana 11	106
5.04.02.32 Publicación Instagram Semana 12.....	107
5.04.02.33 Calendario Conversacional Instagram.....	107
5.04.02.34 Díptico	108
5.04.02.35 Material POP	109
5.04.02.36 Stand BTL.....	109
5.04.02.32 Captura de pantalla You Tube	110
5.04.03 Plan y Estrategia de Medios	110
5.04.03.04. Flow Chart	111
CAPÍTULO VI.....	114
6. Aspectos Administrativos	114
6.01. Recursos.....	114
6.01.01. Técnicos – Tecnológico.....	114
6.01.02. Humano	114
6.01.03. Económico	114
6.02. Presupuesto	115
6.02.01. Gastos Operativos.....	115
Concepto.....	115
1.- Bibliografía.....	115
6.03. Cronograma	116
CAPÍTULO VII	117
7. Conclusiones y Recomendaciones	117
7.01 Conclusiones.....	117
7.01.02 Recomendaciones	118
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	120
ANEXOS	123

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Análisis de las fuerzas T de la parroquia de Calderón, 2017.....	5
Tabla 2: Análisis de involucrados del Distrito Metropolitano de Quito, 2017.....	7
Tabla 3: Impacto de los objetivos del Distrito Metropolitano de Quito, 2018	15
Tabla 4: Revisión de los Criterios para Indicadores del Distrito Metropolitano de Quito, 2017.....	17
Tabla 5: Selección de indicadores del Distrito Metropolitano de Quito, 2018.....	21
Tabla 6: Medios de verificación del Distrito Metropolitano de Quito, 2018.....	24
Tabla 7: Supuestos del Distrito Metropolitano de Quito, 2018.	28
Tabla 8: Selección de indicadores del Distrito Metropolitano de Quito, 2018.....	32
Tabla 9: Respuestas encuesta, Pregunta 1	70
Tabla 10: Respuestas encuesta, Pregunta 2.....	71
Tabla 11: Respuestas encuesta, Pregunta 3.....	72
Tabla 12: Respuestas encuesta, Pregunta 4.....	73
Tabla 13: Respuestas encuesta, Pregunta 5.....	74
Tabla 14: Respuestas encuesta, Pregunta 6.....	75
Tabla 15: Respuestas encuesta, Pregunta 7.....	76
Tabla 16: Respuestas encuesta, Pregunta 8.....	77
Tabla 17: Respuestas encuesta, Pregunta 9.....	78
Tabla 18: Calendario conversacional para Facebook.....	98
Tabla 19: Calendario conversacional para Instagram	107
Tabla 23: Presupuesto de producción	111
Tabla 24: Presupuesto de Pautaje.....	111

Tabla 25 : Flow Chart	113
Tabla 25: Gastos Operativos.	115
Tabla 27: Cronograma de Actividades.....	116

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Mapa de involucrados del Distrito Metropolitano de Quito, 2018.....	6
Figura 2: Árbol de Problemas del Distrito Metropolitano de Quito, 2018	8
Figura 3: Árbol de Objetivos del Distrito Metropolitano de Quito, 2018.....	9
Figura 4: Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones, 2018	10
Figura 5: Mapa de la localización del proyecto, 2018 Fuente: Recuperado de Google Maps.....	13
Figura 6: Diagrama de Estrategias del Distrito Metropolitano de Quito, 2018.	16
Figura 7: Pastel, Pregunta 1	70
Figura 8: Pastel, Pregunta 2	71
Figura 9: Pastel, Pregunta 3	72
Figura 10: Pastel, Pregunta 4	73
Figura 11: Pastel, Pregunta 5	74
Figura 12: Pastel, Pregunta 5	75
Figura 13: Pastel, Pregunta 7	76
Figura 14: Pastel, Pregunta 8	77
Figura 15: Pastel, Pregunta 9	78
Figura 16: Logotipo, Basta de violencia.	79
Figura 17: Logotipo, Guía de color.....	80
Figura 17: Grafimetría, Logotipo.....	81
Figura 18: Logotipo Full Color.....	81
Figura 19: Logotipo en Positivo.....	82
Figura 20: Logotipo en Negativo	82
Figura 21: Logotipo en Escala de Grises	83
Figura 22: Afiche	88

Figura 23: Infografía	89
Figura 24: Portada Facebook	89
Figura 25: Perfil Facebook.....	90
Figura 26: Publicación Facebook Semana 1	90
Figura 27: Publicación Facebook Semana 2	91
Figura 28: Publicación Facebook Semana 3	91
Figura 29: Publicación Facebook Semana 4	92
Figura 30: Publicación Facebook Semana 5	92
Figura 31: Publicación Facebook Semana 6	93
Figura 32: Publicación Facebook Semana 7	93
Figura 33: Publicación Facebook Semana 8	94
Figura 34: Publicación Facebook Semana 9	94
Figura 35: Publicación Facebook Semana 10	95
Figura 36: Publicación Facebook Semana 11	95
Figura 37: Publicación Facebook Semana 12	96
Figura 38: Perfil de Instagram.....	100
Figura 39: Publicación Instagram semana 1	101
Figura 40: Publicación Instagram semana 2	102
Figura 41: Publicación Instagram semana 3	102
Figura 42: Publicación Instagram semana 4	103
Figura 43: Publicación Instagram semana 5	103
Figura 44: Publicación Instagram semana 6	104
Figura 45: Publicación Instagram semana 7	104
Figura 46: Publicación Instagram semana 8	105
Figura 47: Publicación Instagram semana 9	105
Figura 48: Publicación Instagram semana 10	106

Figura 49: Publicación Instagram semana 11	106
Figura 50: Publicación Instagram semana 12	107
Figura 51: Díptico Tiro	108
Figura 52: Díptico Retiro	108
Figura 53: Pulseras	109
Figura 54: Stand BTL	109
Figura 55: Captura de Pantalla You Tube.....	110

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto está encaminado a aportar con la erradicación de la violencia hacia la mujer en la parroquia de Calderón, generando conciencia con los habitantes de la misma e informando sobre los tipos de violencia existentes, también este proyecto pretende ser una guía sobre cómo actuar y saber qué hacer en caso de sufrir algún tipo de violencia, esto con el fin de preparar a la población para que sepan cómo actuar en caso de sufrir o presenciar algún tipo de violencia.

De la misma manera se desea que la población pueda identificar si están sufriendo algún tipo de violencia, presentando los tipos que se encuentran considerados dentro de la constitución del Ecuador.

Esto se lo pretende realizar mediante medios digitales ya que se desea llegar principalmente a la población joven para poder romper de alguna manera los estereotipos de crianza que se han adoptado y siguen pasando de generación en generación. Ya que se puede observar que aún existe el machismo en cuanto a la educación.

ABSTRACT

This project is intended to contribute to the eradication of violence against women in the parish of Calderón, generating concia with the inhabitants of the same and informing about the types of violence that exist, as well as what to do in case of suffering some type of violence. violence, this in order to prepare the population so they know how to act in case of suffering or witnessing some type of violence.

In the same way it is desired that the population can identify if they are suffering some type of violence, presenting the types that are considered within the constitution of Ecuador.

This is intended to be done by digital means, since it is desired to reach mainly the young population in order to break the stereotypes of parenting that have been adopted and continue to pass from generation to generation. Since you can see that there is still machismo in terms of education.

INTRODUCCIÓN

El proyecto propuesto es una solución a la problemática que es la violencia hacia las mujeres, se propone una campaña social con el fin de mostrar los diferentes tipos de violencia que contempla la Constitución, esto debido a que la población no tiene conocimiento y de esta manera puedan identificar qué tipo de violencia están sufriendo e incentivar a que denuncien en caso de sufrir.

El grupo objetivo al que se desea llegar es a jóvenes que de alguna manera pueden cambiar su perspectiva de vida, y personas con ganas de cambiar su forma de pensar y actuar ya que de alguna manera son el presente de la sociedad, así nos aseguraremos de que esta forma de pensar pueda ser transmitida de generación en generación cambiando así la manera de actuar ante algún caso de violencia.

RUBIO GIL, Ángeles (2010): Jóvenes y nuevos medios de comunicación, dir. Injuve. Menciona: ... Si los nuevos medios de comunicación han tomado un protagonismo crucial en procesos que como el de socialización de los menores afectando íntimamente a la propia reproducción social, no es menos cierto que, concretamente Internet, ha sido adoptado como medio preferente por éstos; lo que ha conseguido que la juventud actúe como conductora y generadora de nuevas formas y realidades de interacción humana. Por ejemplo, el uso de aplicaciones conocidas como Redes Sociales se están constituyendo una revolución en las formas de conocerse, interactuar, encontrar pareja, integrarse en grupos, estudiar o encontrar trabajo.

Es por ello que el diseño de la campaña será realizado de manera sencilla para que nuestro público objetivo pueda captar el mensaje que se desea transmitir, utilizando como medios principales los digitales ya que en la actualidad es más sencillo llegar por este tipo de medios a población joven del sector.

Es importante el desarrollo de este proyecto ya que día a día se puede observar que existen más casos de femicidios que de alguna manera pudieron ser evitados si se hubiese identificado a tiempo o se hubiese hecho la denuncia oportunamente, sin embargo, esto se puede evitar brindando información a la población. Como se ha podido observar en un informe web del Ministerio del Interior en Ecuador las muertes violentas por otros casos se han logrado reducir, sin embargo, las muertes por femicidios se han mantenido en la estadística.

El proyecto de titulación tendrá como estructura las siguientes partes: portada, agradecimiento, dedicatoria, índice general, índice de tablas, índice de figuras, resumen ejecutivo, introducción, antecedentes, análisis de involucrados, problemas objetivos, análisis de alternativas, propuesta, aspectos administrativos, conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos. Cada uno de estos capítulos está conformado por subcapítulos que forman el desarrollo del presente proyecto.

CAPÍTULO I

1. Antecedentes

1.01. Contexto

Las campañas para el cambio de conducta social no son un fenómeno nuevo, es lo que menciona, Philip Kotler, Eduardo L. Roberto, (1992). Marketing Social: estrategias para cambiar la conducta. Refiere que: En la antigua Grecia empezaron a realizar campañas con el fin de liberar esclavos. Durante el periodo de la Revolución Industrial en Inglaterra fueron realizadas para liberar deudores de la cárcel, promover el voto de las mujeres y eliminar el abuso de los infantes en el trabajo.

Las campañas sociales hacen referencia a persuadir a la sociedad para realizar un cambio positivo ya sea en su manera de opinar, ciertos tipos de comportamiento o actitudes, con el fin de mejorar un tipo de situación social o medioambiental determinada.

La violencia de género es una temática ya existente en las campañas sociales problemática que con el paso del tiempo ha ido agudizándose y la violencia en contra de las mujeres hoy por hoy es uno de los principales temas dentro de la política mundial. Como lo señalan (Teacher College Press, 2001) “La luchas y los

movimientos de las mujeres a lo largo del siglo XX colocaron la violencia de género como un tema político para el mundo. La violencia solo por el solo hecho de ser mujer sintetiza, además, formas de violencia, sexista y misógina, clasista, etaria, racista, ideológica religiosa, identitaria y política”.

Con ello también indica que, la violencia no solo consiste en agresión física si no también hace referencia a cualquier tipo de situación en la cual se sientan aludidas o menospreciadas. Es decir, la violencia puede ser manifestada a través de golpes, insultos, agresiones físicas, psicológicas, sexuales, prohibiciones, esto puede ser por parte de: convivientes, ex convivientes, novios, ex novios, esposos, compañeros de trabajo o amigos. Es así como lo señala la Ley Orgánica Integral Para La Prevención Y Erradicación De La Violencia De Género Contra Las Mujeres, de la República del Ecuador.

En febrero del 2014 en Ecuador el femicidio fue incluido en el Código Orgánico Integral Penal (COIP), el mismo que reza en su artículo 141: “La persona que, como resultado de relaciones de poder manifestadas en cualquier tipo de violencia, dé muerte a una mujer por el hecho de serlo o por su condición de género, será sancionada con pena privativa de libertad de 22 a 26 años”. Y según la Dirección Nacional de Delitos contra la Vida, Muertes Violentas, Desapariciones, Secuestros y Extorción (DINASED), hasta septiembre del 2017 se han registrado 85 casos de femicidio siendo Guayas, Pichincha y Manabí, las provincias con mayor índice.

Es por ello que, se decide desarrollar un plan de difusión social para tratar de concientizar los casos de maltrato y femicidio. Para de esta manera tratar de generar

una actitud de cambio en la sociedad, en la cual exista el respeto de género, donde la predomine el derecho a la mujer y cobre un valor como ser humano con plenas posibilidades de autonomía.

1.02. Justificación

En Ecuador según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) 2014, “La tasa de homicidios por cada 100.000 mujeres no muestra reducciones importantes en los últimos años, a diferencia de la tasa de homicidios en general.

De acuerdo a la investigación del femicidio en Ecuador, realizada en el 2010 por la Comisión de Transición hacia el Consejo de las Mujeres y la Igualdad de Género, el 93,8 % de los homicidios a mujeres analizados durante la investigación son femicidios o existe sospecha de que lo sean; de ellos, el 66 % son homicidios cometidos por parejas o ex parejas.”

De esta manera están conduciendo a la sociedad a vivir una carencia de valores penosa y esto a su vez atrae consecuencias que repercuten en la misma tales como lo son: corrupción, delincuencia, violaciones entre otras. Pero las más lamentable entre estas es el femicidio el mismo que en nuestro país ha cobrado una gran cantidad de víctimas; se podría decir que parte de que las agresiones se conviertan en asesinatos se debe a que las víctimas no se atreven a denunciar o buscar ayuda oportunamente ya sea por miedo, vergüenza por su estatus social, o simplemente porque están segadas por el supuesto amor hacia su pareja.

Lo que se busca conseguir con el presente proyecto es concientizar a hombres y mujeres de la ciudad de Quito que son víctimas de cualquier tipo de agresión ya

sea física, verbal o psicológica, que tienen pleno derecho a manifestarse, decidir, opinar, y/o ser como desee ser y que el no exponer sus problemas solo las llevará a vivir un mundo de encierro en el que reinará la agresión, y que en el peor de los casos las conducirá a la muerte.

Se pretende persuadir a la ciudadanía para que entiendan que dentro de la sociedad y de su entorno se puede convivir de manera equitativa e igualitaria con las mismas obligaciones y los mismos derechos, en las mismas condiciones y con las mismas oportunidades; y que no hay necesidad de recurrir a la violencia para poder solucionar algún problema.

De esta manera alineados al Plan Nacional toda una vida, Eje 1: Derechos para Todos Durante Toda la Vida, Objetivo 1 “Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas”. (2017), el presente busca contribuir en la construcción de una sociedad con los mismos derechos y oportunidades para todos y todas.

Es así, que de esta manera se aporta para forjar una futura sociedad más humana y menos egoísta con los demás, en la cual se respete los derechos y libertades que tienen todas las mujeres dentro de la sociedad.

1.03. Definición del Problema Central (Matriz T)

Tabla 1: Análisis de las fuerzas T de la parroquia de Calderón, 2017.

Análisis de las Fuerzas T					
Situación empeorada	Situación actual				Situación mejorada
Alto índice de víctimas por agresión en la ciudad de Quito.	Limitadas Campañas Sociales que concienticen sobre la no agresión en contra de la mujer				Concientizar a la sociedad sobre la agresión a la mujer.
Fuerza impulsadora	I	PC	I	PC	Fuerza bloqueadora
Comunicar a la sociedad a través de medios de difusión sobre las víctimas inocentes en caso de femicidio.	5	4	4	4	Desconocimiento para abordar problemática social en medios de difusión.
Informar los tipos de agresión que pueden ser denunciados, por parte de víctimas de agresión.	4	5	5	4	Escasa información para identificar los tipos de agresión que pueden ser denunciados.
Crear soportes que causen impacto visual hacia la ciudadanía en general.	3	4	3	4	Inexistencia de piezas gráficas que impacte a la población.
Creación de soportes para redes sociales que generen interés hacia la población joven, en cuanto al femicidio.	3	4	4	3	Limitada utilización de Redes Sociales como medio de difusión en Campañas Sociales.
Inadecuadas piezas gráficas que muestren la realidad de casos de violencia.	3	4	3	3	Publicidad obsoleta

La nomenclatura que se encuentra dentro de la tabla: I = Impacto y PC = Potencial de cambio. Estos a su vez nos muestran el impacto actual y hacia donde está planteado el a cambio una vez que haya realizado el proyecto.

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Quezada Katherine

CAPÍTULO II

2. Análisis de Involucrados

2.01. Mapeo de los Involucrados

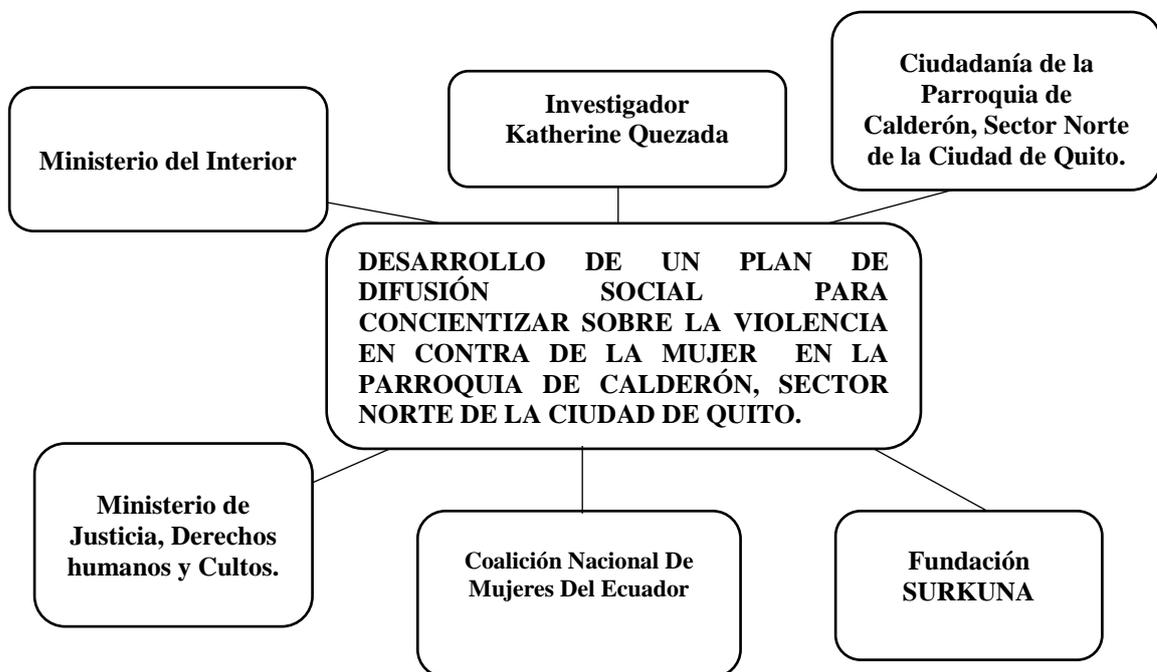


Figura 1: Mapa de involucrados del Distrito Metropolitano de Quito, 2018

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Quezada Katherine

2.02. Matriz de Análisis de Involucrados

Tabla 2: Análisis de involucrados del Distrito Metropolitano de Quito, 2017.

Actores involucrados	Interés sobre el problema	Problemas percibidos	Recursos mandatos y capacidades	Interés sobre el proyecto	Conflictos potenciales
Investigador	Diseñar un plan de difusión social que informe sobre la violencia en contra de la mujer	Limitados Plan de Difusión social que informen sobre la violencia en contra de la mujer	Recursos Materiales Técnicos Humanos Económicos Capacidades Intelectual	Concientizar a la sociedad sobre los tipos de maltrato que sufren las mujeres	Escaso interés por parte del público
Ciudadanía del Sector Norte de la Ciudad de Quito	Informar sobre las diferentes formas de violencia	Desconocimiento sobre los tipos de violencia hacia la mujer	Recursos Informativo	Concientizar sobre el respeto hacia la mujer	Mensaje poco atractivo
Fundación SURKUNA	Difundir datos estadísticos que muestren los índices de violencia hacia la mujer	Escasa información sobre las cifras de maltrato	Recursos Informativo Mandato	Incrementar el respeto hacia la mujer	Niega acceso a información
Coalición Nacional de Mujeres del Ecuador	Informar sobre las denuncias efectuadas, en cuanto a maltrato	Poca información sobre las cifras de maltrato	Recursos Informativo Mandato	Incentivar a que denuncien los casos de violencia	Escaso apoyo a la investigación
Ministerio de Justicia, Derechos Humanos y Cultos.	Mejorar la convivencia pacífica entre hombres y mujeres dentro de la sociedad	Decaimiento en la práctica de valores dentro de la sociedad	Recursos Leyes Información	Concientizar a la sociedad generando actitudes de cambio	Proyecto no apoyado por parte de autoridades
Ministerio del Interior	Informar los derechos fundamentales de todos los ciudadanos	Alto índice de violencia en contra de la mujer	Recursos Informativo Leyes	Rescatar los valores de respeto ciudadano	Limitados permisos para el desarrollo del proyecto

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Quezada Katherine

CAPÍTULO III

3. Problemas y Objetivos

3.01. Árbol de Problemas

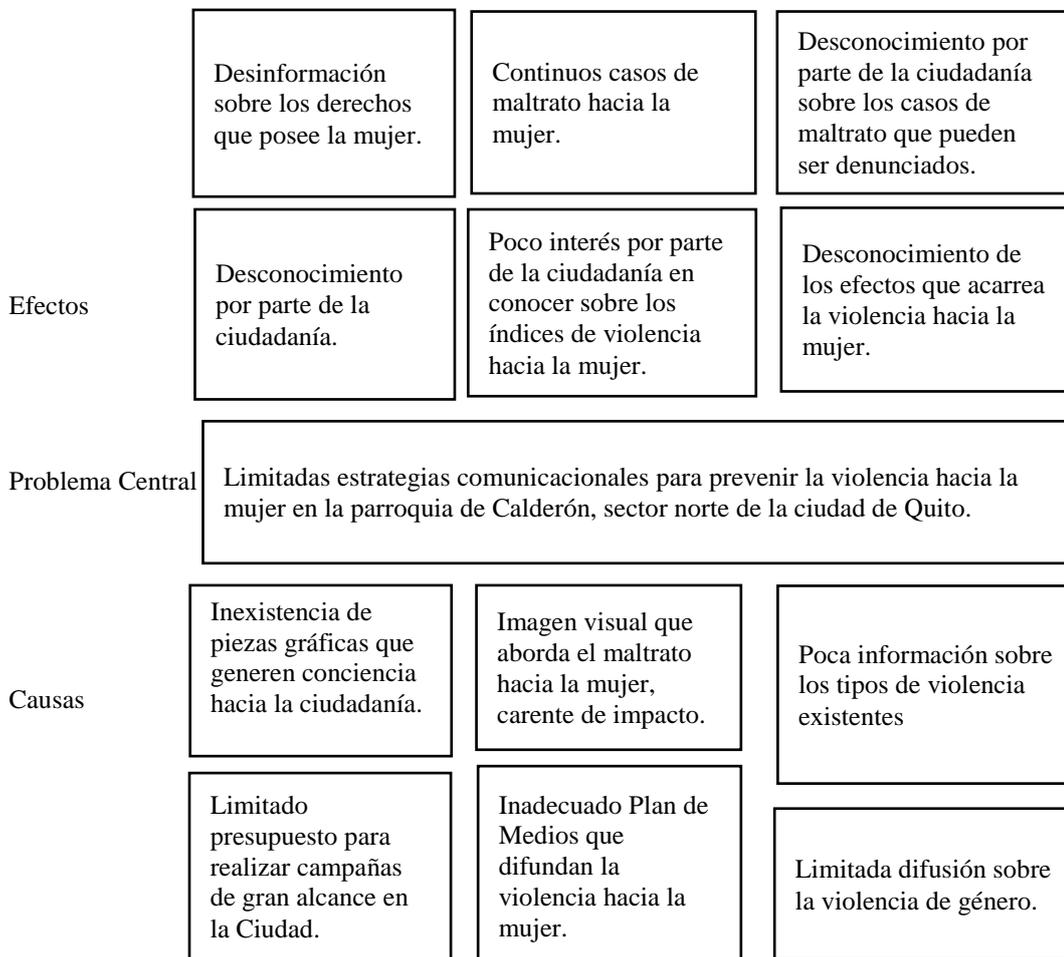


Figura 2: Árbol de Problemas del Distrito Metropolitano de Quito, 2018

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Quezada Katherine

3.02. Árbol de Objetivos

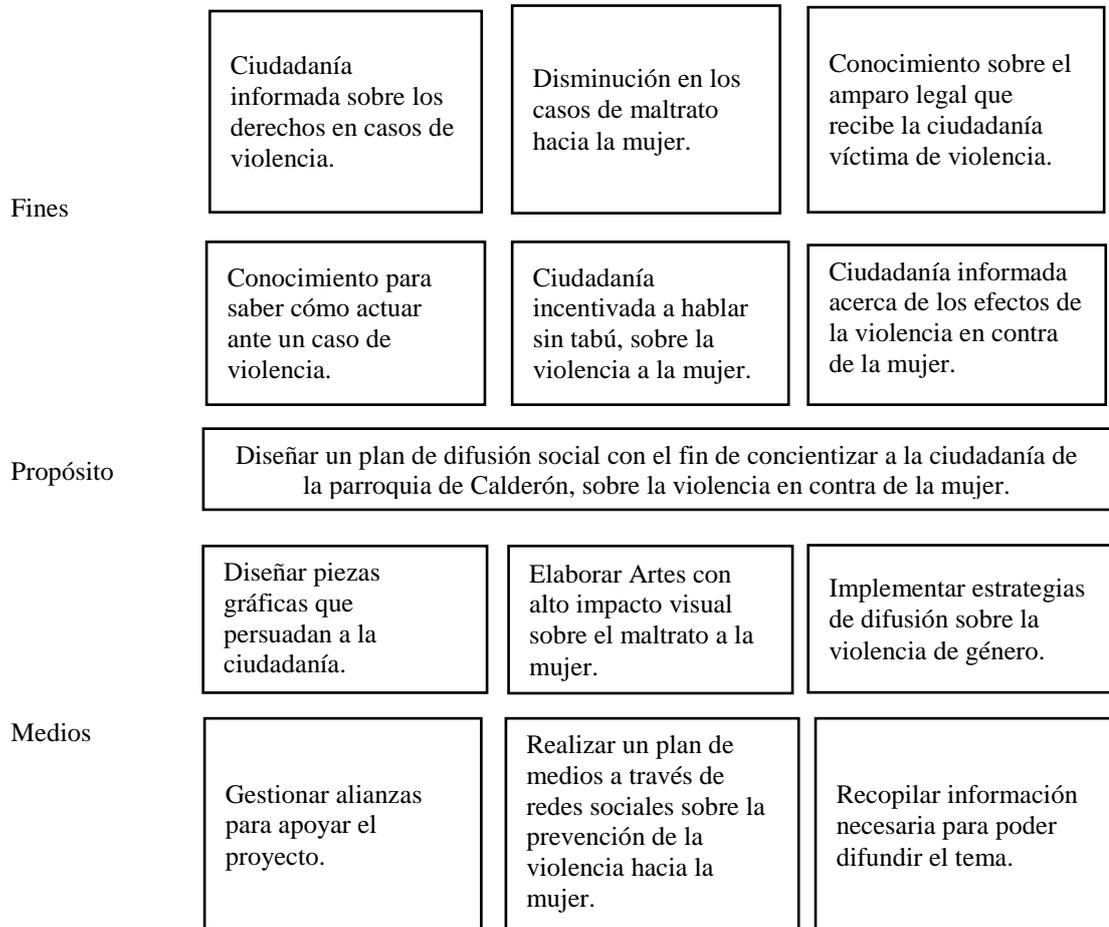


Figura 3: Árbol de Objetivos del Distrito Metropolitano de Quito, 2018

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Quezada Katherine

CAPÍTULO IV

4. Análisis de Alternativas

4.01. Matriz de Análisis de Alternativas e Identificación de Acciones

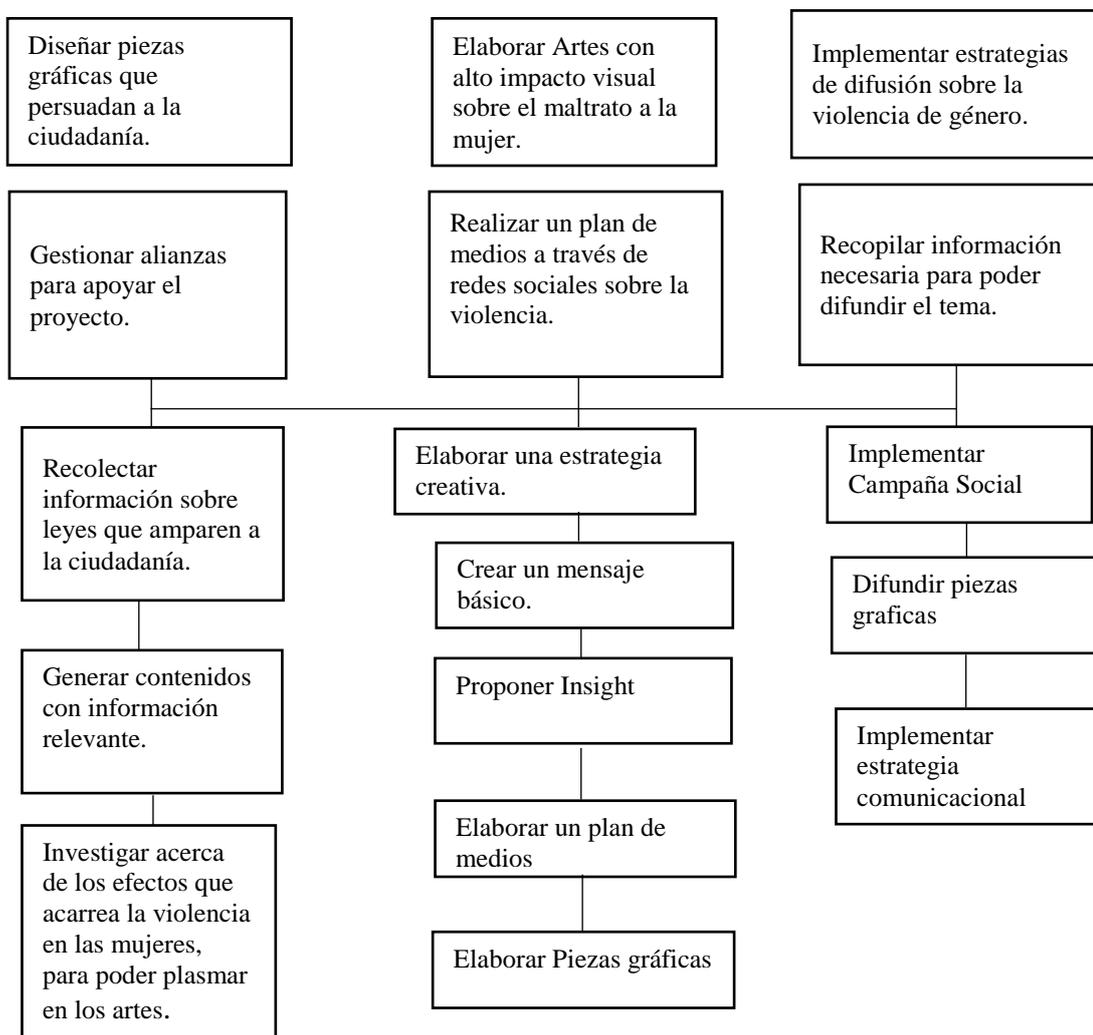


Figura 4: Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones, 2018

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Quezada Katherine

4.01.01. Tamaño del Proyecto

La población en la cual se va a desarrollar el presente proyecto es de 152.242, por lo tanto se considera Infinita, es por ello que se requiere hacer el cálculo de la muestra, basandonos en los datos del Censo de Población y Vivienda 2010 realizado por el INEC.

Población de Calderón: 152.242

Hombres: 74.682

Mujeres: 77.560

n = Tamaño de muestra

N = Cantidad de la población

K = Nivel de confianza

E = Error máximo admisible (5%)

p = Probabilidad de éxito: (50%)

q = probabilidad de fracaso: (50%)

z=Distribución normal en estadística cuando el NC=95%

$$n = \frac{N * p * q * z^2}{(N - 1)E^2 + p * q * z^2}$$

$$n = \frac{152,242 * 0.50 * 0.50 * (1.95)^2}{(152,242 - 1)(0.05)^2 + 0.50 * 0.50 * (1.95)^2}$$

$$\frac{1.95 * 38060.5}{381.55313}$$

$$\frac{144725.05125}{381.55313}$$

$$n = 379.30511$$

Muestra= 379.30511

Nuestro grupo objetivo esta considerado a pobladores de la parroquia de Calderón las misma que posee parroquias urbano-rurales; hombres y mujeres comprendidos entre las edades de 18 a 45 años, de clase social media-baja, los mismos que no necesariamente tienen algún nivel de estudio, y pueden tener diferentes oficios y ocupaciones.

Se desarrollan en un ambiente de crianza tradicionalista y conservador, es decir que siguen patrones antiguos de crianza y estos son transmitidos de generación generación, y en algunos casos han sufrido algún tipo de maltrato ya que casos existe aún la crianza machista.

Adicionalmente que no poseen algún tipo de información en cuanto a la existencia de leyes que amparen a personas que sufren algún tipo de violencia de género.

4.01.02. Localización del Proyecto

“La Parroquia de Calderón se encuentra situada en el centro mismo de la Provincia de Pichincha, al Noreste del Distrito Metropolitano de Quito a corta distancia de la línea equinoccial.

Sus Límites son: Norte: Parroquia San Antonio, Sur: Parroquia Llano Chico, Este: Parroquia Guayllabamba, Oeste: Parroquia Pomasqui y Distrito Metropolitano de Quito.

Altitud: La parroquia está ubicada a 2.610 m.s.n.m

Clima: La meseta de Guanguiltagua acoge a la población de Calderón, posee un clima templado y seco.

Superficie La superficie aproximada de la parroquia es de 79,17 km².”

(Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial De La Parroquia Calderón, 2012-2025, desarrollado por el Gobierno de Pichicha)



Figura 5: Mapa de la localización del proyecto, 2018

Fuente: Recuperado de Google Maps.

Elaborado por: Google Maps

4.01.03. Análisis Ambiental

Impacto Negativo.

Si bien es cierto dentro del medio ambiente el Diseño Gráfico juega un papel muy importante, ya que dentro del mismo se hace uso de varios materiales que contaminan el medio ambiente ya sea papel o tintas, que son tomados en cuenta para entrar en un proceso de reciclaje.

Lo ideal sería que una vez cumplida la vida útil de los artes sean retirados para poder llevarlos a un proceso de reciclaje.

El presente proyecto generará una cantidad considerable de residuos que afectarán el medio ambiente, ya que los artes publicitarios serán impresos en papel couche y con tintas que no son favorables para el mismo, y que de no ser retirados una vez cumplido el plazo de la campaña o su objetivo serán parte de los desperdicios que afectan el equilibrio de nuestro ecosistema.

Sin embargo, se puede recalcar que en la actualidad existen materiales más amigables con el medio ambiente, como lo son tinta o papel, pero estos con un costo mayor al de los usados comúnmente.

Impacto Positivo.

Por otro lado, con el fin de contribuir con el medio ambiente la campaña social será difundida en gran parte mediante medios digitales entre los cuales se encuentran las redes sociales, esto debido a que en la actualidad se puede llegar a más gente mediante estos medios ya que obtendremos más atención por parte de

nuestro público objetivo y evitaremos el uso e impresión de materiales poco amigables para el ecosistema.

4.02. Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos

Tabla 3: Impacto de los objetivos del Distrito Metropolitano de Quito, 2018

Objetivos	Impacto sobre el propósito	Fact. Técnica	Fact. Financiera	Fact. Social	Fact. Política	T.	Cat.
Diseñar piezas gráficas que persuadan a la ciudadanía	5	5	4	4	4	22	Alta
Elaborar Artes con alto impacto visual sobre el maltrato a la mujer	5	5	4	4	4	22	Alta
Implementar estrategias de difusión sobre la violencia de género	5	4	4	4	4	21	Alta
Gestionar alianzas para apoyar el proyecto	5	4	4	3	3	19	Alta
Realizar un plan de medios a través de redes sociales sobre la violencia	5	5	5	4	4	23	Alta
Recopilar información necesaria para poder difundir el tema	5	5	4	4	4	22	Alta

Esta es la nomenclatura que utilizaremos tabla Fact. = factibilidad, T= total y Cat.= categoría
Ponderación: 12 – 25 = Alta / 10 - 11= Medio / 0 - 9 =Baja.

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Quezada Katherine

4.03. Diagrama de Estrategias

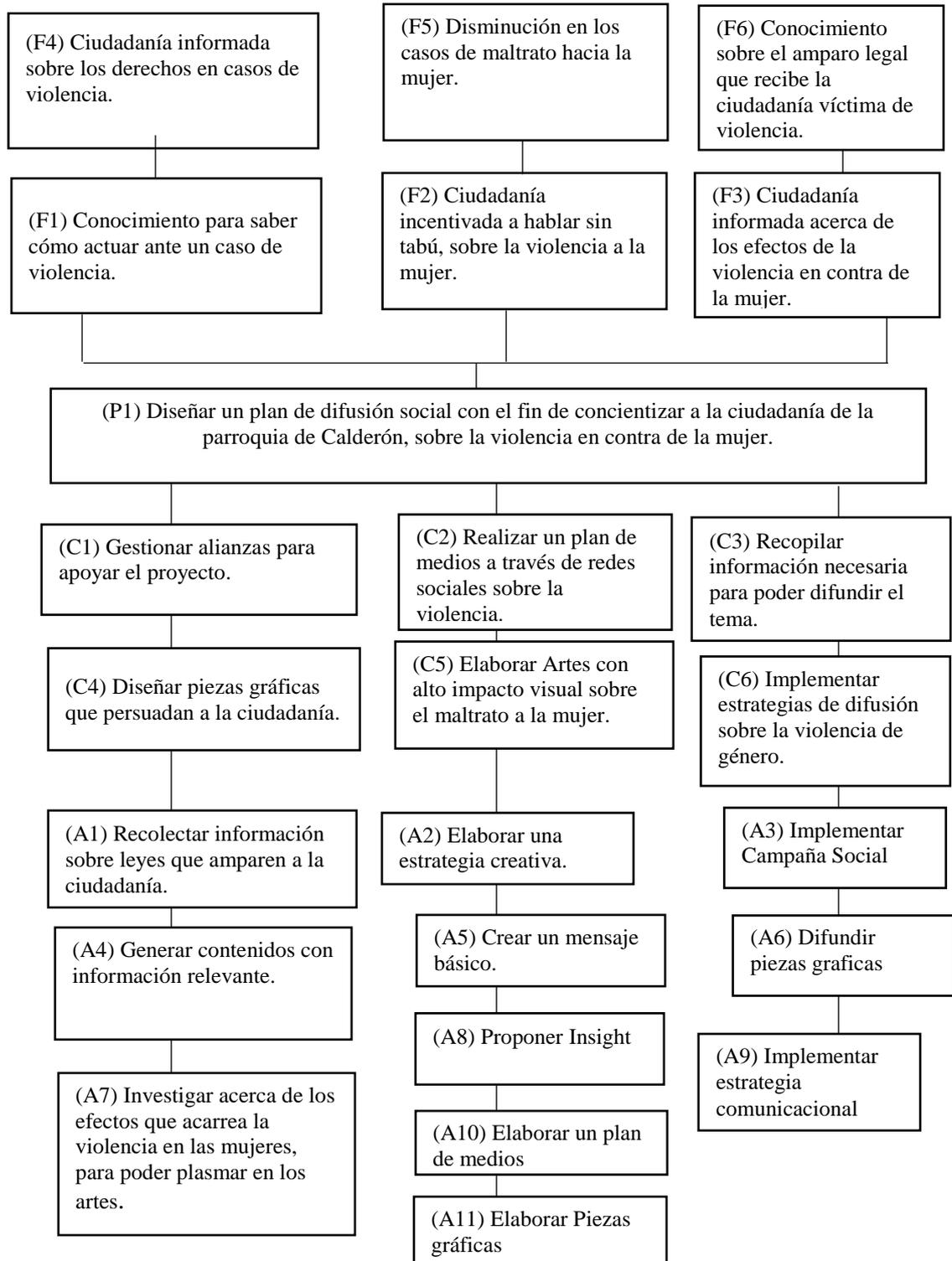


Figura 6: Diagrama de Estrategias del Distrito Metropolitano de Quito, 2018

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Quezada Katherine

4.04. Construcción de la Matriz de Marco Lógico

4.04.01. Revisión de los Criterios para Indicadores

Tabla 4: Revisión de los Criterios para Indicadores del Distrito Metropolitano de Quito, 2017

Nivel	Resumen narrativo	Indicador	Meta				
			Cant.	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
Finalidades	F1 Conocimiento para saber cómo actuar ante un caso de violencia..	Ampliar el conocimiento sobre el tema en la ciudadanía. (90%)	379	Alta	6 Meses	Quito Calderón	Hab. Calderón Media-Baja 18-45 Años
	F2 Ciudadanía incentivada a hablar sin tabú, sobre la violencia a la mujer.	Aceptación de la ciudadanía para hablar del tema. (70%)	379	Alta	6 Meses	Quito Calderón	Hab. Calderón Media-Baja 18-45 Años
	F3 Ciudadanía informada acerca de los efectos de la violencia en contra de la mujer.	Se concientizará a la ciudadanía sobre la violencia hacia la mujer. (90%)	379	Alta	6 Meses	Quito Calderón	Hab. Calderón Media-Baja 18-45 Años
	F4 Conocimiento de la ciudadanía sobre los casos de violencia.	Se identifican los diferentes tipos de violencia existentes (90%)	379	Alta	6 Meses	Quito Calderón	Hab. Calderón Media-Baja 18-45 Años
	F5 Disminución en los casos de maltrato hacia la mujer.	Se incrementará en conocimiento de leyes que amparan a la mujer. (80%)	379	Alta	6 Meses	Quito Calderón	Hab. Calderón Media-Baja 18-45 Años

Nivel	Resumen narrativo	Indicador	Meta				
			Cant.	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
	F6 Conocimiento sobre el amparo legal que recibe la ciudadanía víctima de violencia.	Aumento de denuncias en casos de violencia hacia la mujer. (80%)	379	Media	6 Meses	Quito Calderón	Hab. Calderón Media-Baja 18-45 Años
Propósito	P1 Diseñar un plan de difusión social con el fin de concientizar a la ciudadanía de la parroquia de Calderón, sobre la violencia en contra de la mujer.	Conocimiento de la ciudadanía sobre los diferentes tipos de violencia, los efectos que acarrea y las víctimas inocentes. (90%)	379	Alta	6 Meses	Quito Calderón	Hab. Calderón Media-Baja 18-45 Años
Componentes	C1 Gestionar alianzas para apoyar el proyecto.	Comunidad interesada en la campaña Social (90%)	1	Alta	6 Meses	Quito Calderón	Hab. Calderón Media-Baja 18-45 Años
	C2 Realizar un plan de medios a través de redes sociales sobre la violencia.	Incrementar el interés sobre la Campaña Social en la ciudadanía. (90%)	1	Alta	6 Meses	Quito Calderón	Hab. Calderón Media-Baja 18-45 Años
	C3 Recopilar información necesaria para poder difundir el tema.	Se establece material óptimo para el desarrollo adecuado de la campaña social (100%)	1	Media	6 Meses	Quito Calderón	Hab. Calderón Media-Baja 18-45 Años
Componentes	C4 Diseñar piezas gráficas que persuadan a la ciudadanía.	Se incentivará a la ciudadanía a contrarrestar acciones violentas. (90%)	5	Alta	6 Meses	Quito Calderón	Hab. Calderón Media-Baja 18-45 Años
	C5 Elaborar Artes con alto	Se incrementará el interés en	5	Alta	1 Meses	Quito Calderón	Hab. Calderón

DESARROLLO DE UN PLAN DE DIFUSIÓN SOCIAL PARA CONCIENTIZAR SOBRE LA VIOLENCIA EN CONTRA DE LA MUJER EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

Nivel	Resumen narrativo	Indicador	Meta				
			Cant.	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
	impacto visual sobre el maltrato a la mujer.	contribuir para erradicar la problemática. (90%)					Media-Baja 18-45 Años
Actividades	A1 Recolectar información sobre leyes que amparen a la ciudadanía.	Se establece información que sea de ayuda en un 100% a la ciudadanía.	1	Alta	1 Meses	Quito Calderón	Medio
	A2 Elaborar una estrategia creativa.	Se determinan los Beneficios para transmitir el mensaje (100%)	1	Alta	1 Mes	Quito Calderón	Medio
	A3 Implementar Campaña Social	Ciudadanía interesada en abordar el tema y dispuesta a contribuir solucionar la problemática. (90%)	1	Alta	6 Meses	Quito Calderón	Hab. Calderón Media-Baja 18-45 Años
Actividades	A4 Generar contenidos con información relevante.	Identificar contenidos fáciles de entender para la ciudadanía. (100%)	1	Alta	2 Meses	Quito Calderón	Hab. Calderón Media-Baja 18-45 Años
	A5 Crear un mensaje básico.	Se entiende el concepto transmitido a la ciudadanía. (100%)	379	Alta	6 Meses	Quito Calderón	Hab. Calderón Media-Baja 18-45 Años
	A6 Difundir piezas graficas	Percepción de la ciudadanía sobre el mensaje difundido. (100%)	379	Alta	6 Meses	Quito Calderón	Hab. Calderón Media-Baja 18-45 Años

DESARROLLO DE UN PLAN DE DIFUSIÓN SOCIAL PARA CONCIENTIZAR SOBRE LA VIOLENCIA EN CONTRA DE LA MUJER EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

Nivel	Resumen narrativo	Indicador	Meta				
			Cant.	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
Actividades	A7 Investigar acerca de los efectos que acarrea la violencia en las mujeres, para poder plasmar en los artes.	Se determina el 100% de contenidos, para realizar artes.	1	Media	2 Meses	Quito Calderón	Hab. Calderón Media-Baja 18-45 Años
	A8 Proponer Insight	Identificar un Insight que logré mostrar una visión sobre la cual se trabajará. (100%)	1	Alta	2 Meses	Quito Calderón	Hab. Calderón Media-Baja 18-45 Años
	A9 Implementar la estrategia comunicacional.	Aumentar la comprensión de la ciudadanía en cuanto al mensaje difundido (100%)	1	Alto	6 Meses	Quito Calderón	Hab. Calderón Media-Baja 18-45 Años
	A10 Elaborar un plan de medios colocar los artes a realizar.	Se establece medios principales, secundarios y auxiliares (100%)	3	Alto	2 Meses	Quito Calderón	Hab. Calderón Media-Baja 18-45 Años
	A11 Elaborar Piezas gráficas	Se crean artes en base a información adquirida. (100%)	4	Alto	2 Meses	Quito Calderón	Hab. Calderón Media-Baja 18-45 Años

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Quezada Katherine

4.04.02. Selección de Indicadores

Tabla 5: Selección de indicadores del Distrito Metropolitano de Quito, 2018

Nivel	Resumen Narrativo	Indicadores	Clasificadores de Indicadores					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
Finalidades	F1 Conocimiento para saber cómo actuar ante un caso de violencia..	Ampliar el conocimiento sobre el tema en la ciudadanía. (90%)	X	-	X	X	X	4	SI
	F2 Ciudadanía incentivada a hablar sin tabú, sobre la violencia a la mujer.	Aceptación de la ciudadanía para hablar del tema. (70%)	X	-	X	X	X	4	SI
	F3 Ciudadanía informada acerca de los efectos de la violencia en contra de la mujer.	Se concientizará a la ciudadanía sobre la violencia hacia la mujer.(90%)	X	-	X	X	X	4	SI
	F4 Conocimiento de la ciudadanía sobre los casos de violencia.	Se identifican los diferentes tipos de violencia existentes (90%)	X	X	X	X	X	5	SI
	F5 Disminución en los casos de maltrato hacia la mujer.	Se incrementará en conocimiento de leyes que amparan a la mujer. (80%)	X	-	X	X	X	4	SI
	F6 Conocimiento sobre el amparo legal que recibe la ciudadanía víctima de violencia.	Aumento de denuncias en casos de violencia hacia la mujer. (80%)	X	-	-	X	X	3	SI
Propósito	P1 Diseñar un plan de difusión social con el fin de concientizar a la ciudadanía de la parroquia de Calderón, sobre la violencia en contra de la mujer.	Conocimiento de la ciudadanía sobre los diferentes tipos de violencia, los efectos que acarrea y las víctimas inocentes. (90%)	X	-	X	X	X	4	SI

Nivel	Resumen Narrativo	Indicadores	Clasificadores de Indicadores					Puntaje	Selección
Componentes	C1 Gestionar alianzas para apoyar el proyecto.	Comunidad interesada en la campaña Social (90%)	X	-	X	-	X	3	SI
	C2 Realizar un plan de medios a través de redes sociales sobre la violencia.	Incrementar el interés sobre la Campaña Social en la ciudadanía. (90%)	X	-	X	-	X	3	SI
	C3 Recopilar información necesaria para poder difundir el tema.	Se establece material óptimo para el desarrollo adecuado de la campaña social (100%)	X	-	X	X	X	4	SI
	C4 Diseñar piezas gráficas que persuadan a la ciudadanía.	Se incentivará a la ciudadanía a contrarrestar acciones violentas. (90%)	X	-	X	-	X	3	SI
	C5 Elaborar Artes con alto impacto visual sobre el maltrato a la mujer.	Se incrementará el interés en contribuir para erradicar la problemática. (90%)	X	-	X	-	X	3	SI
Actividades	A1 Recolectar información sobre leyes que amparen a la ciudadanía.	Se establece información que sea de ayuda en un 100% a la ciudadanía.	X	-	X	X	X	4	SI
	A2 Elaborar una estrategia creativa.	Se determinan los Beneficios para transmitir el mensaje (100%)	X	-	X	-	X	3	SI
	A3 Implementar Campaña Social	Ciudadanía interesada en abordar el tema y dispuesta a contribuir solucionar la problemática. (90%)	X	-	X	X	X	4	SI
	A4 Generar contenidos con información relevante.	Identificar contenidos fáciles de entender para la ciudadanía. (100%)	X	-	X	X	X	4	SI
	A5 Crear un mensaje básico.	Se entiende el concepto transmitido a la ciudadanía. (100%)	X	-	X	X	X	4	SI
	A6 Difundir piezas graficas	Percepción de la ciudadanía sobre el	X	X	-	X	X	4	SI

DESARROLLO DE UN PLAN DE DIFUSIÓN SOCIAL PARA CONCIENTIZAR SOBRE LA VIOLENCIA EN CONTRA DE LA MUJER EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

Nivel	Resumen Narrativo	Indicadores	Clasificadores de Indicadores					Puntaje	Selección
Actividades		mensaje difundido. (100%)							
	A7 Investigar acerca de los efectos que acarrea la violencia en las mujeres, para poder plasmar en los artes.	Se determina el 100% de contenidos, para realizar artes.	X	-	X	X	X	4	SI
	A8 Proponer Insight	Identificar un Insight que logré mostrar una visión sobre la cual se trabajará. (100%)	X	-	X	-	X	3	SI
	A9 Implementar la estrategia comunicacional.	Aumentar la comprensión de la ciudadanía en cuanto al mensaje difundido (100%)	X	-	X	-	X	3	SI
	A10 Elaborar un plan de medios colocar los artes a realizar.	Se establece medios principales, secundarios y auxiliares (100%)	X	-	X	X	X	4	SI
	A11 Elaborar Piezas gráficas	Se crean artes en base a información adquirida. (100%)	X	X	X	X	X	5	SI

Para calificar los indicadores se empleará la siguiente nomenclatura:

A = Es clara

B = Existe información disponible

C = Es tangible y se puede observar

D = La tarea de recolectar datos está al alcance y no requiere de expertos

E = Es representativo.

Para seleccionar cada uno de ellos se ha utilizado los valores: < 3=NO, > 3=SI.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Quezada Katherine

4.04.03. Medios de Verificación

Tabla 6: Medios de verificación del Distrito Metropolitano de Quito, 2018

Nive l	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuente de Inform.	Método de Rec.	Método de Análisis	Frecuenci a de recolecció n	Resp .
Finalidades	F1 Conocimiento para saber cómo actuar ante un caso de violencia..	Ampliar el conocimiento sobre el tema en la ciudadanía. (90%)	Primaria	Encuest a	Estadístico	C/6 meses	I.
	F2 Ciudadanía incentivada a hablar sin tabú, sobre la violencia a la mujer.	Aceptación de la ciudadanía para hablar del tema. (70%)	Primario	Encuest a	Estadístico	C/6 meses	I.
	F3 Ciudadanía informada acerca de los efectos de la violencia en contra de la mujer.	Se concientizará a la ciudadanía sobre la violencia hacia la mujer. (90%)	Primario	Encuest a	Estadístico	C/6 meses	I.
	F4 Conocimiento de la ciudadanía sobre los casos de violencia.	Se identifican los diferentes tipos de violencia existentes (90%)	Primaria	Encuest a	Estadístico	C/6 meses	I.
	F5 Disminución en los casos de maltrato hacia la mujer.	Se incrementará en conocimiento de leyes que amparan a la mujer. (80%)	Primario	Encuest a	Estadístico	C/6 meses	I.
	F6 Conocimiento sobre el amparo legal	Aumento de denuncias en casos de violencia	Secundari o	Observ. Directa	Simple Verificació n	C/6 meses	I.

Nive 1	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuente de Inform.	Método de Rec.	Método de Análisis	Frecuenci a de recolecció n	Resp .
	que recibe la ciudadanía víctima de violencia.	hacia la mujer. (80%)					
Propósito	P1 Diseñar un plan de difusión social con el fin de concientizar a la ciudadanía de la parroquia de Calderón, sobre la violencia en contra de la mujer.	Conocimiento de la ciudadanía sobre los diferentes tipos de violencia, los efectos que acarrea y las víctimas inocentes. (90%)	Primario	Encuesta	Cuantitativa	3 meses	I.
	C1 Gestionar alianzas para apoyar el proyecto.	Comunidad interesada en la campaña Social (90%)	Primario	Guía de Obs.	Simple verificación	C/6 meses	I.
Componentes	C2 Realizar un plan de medios a través de redes sociales sobre la violencia.	Incrementar el interés sobre la Campaña Social en la ciudadanía. (90%)	Primario	Guía de Obs.	Simple verificación	C/6 meses	I.
	C3 Recopilar información necesaria para poder difundir el tema.	Se establece material óptimo para el desarrollo adecuado de la campaña social (100%)	Primario	Guía de Obs.	Simple verificación	C/6 meses	I.
	C4 Diseñar piezas gráficas que persuadan a la ciudadanía.	Se incentivará a la ciudadanía a contrarrestar	Primario	Guía. De Obs.	Simple verificación	6 meses	I.

DESARROLLO DE UN PLAN DE DIFUSIÓN SOCIAL PARA CONCIENTIZAR SOBRE LA VIOLENCIA EN CONTRA DE LA MUJER EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

Nive 1	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuente de Inform.	Método de Rec.	Método de Análisis	Frecuenci a de recolecció n	Resp .
Componentes		acciones violentas. (90%)					
	C5 Elaborar Artes con alto impacto visual sobre el maltrato a la mujer.	Se incrementará el interés en contribuir para erradicar la problemática . (90%)	Primario	Guía de Obs.	Simple verificación	6 meses	I.
Actividades	A1 Recolectar información sobre leyes que amparen a la ciudadanía.	Se establece información que sea de ayuda en un 100% a la ciudadanía.	Primario	Guía de Obs.	Simple verificación	6 meses	I.
	A2 Elaborar una estrategia creativa.	Se determinan los Beneficios para transmitir el mensaje (100%)	Primario	Guía de Obs.	Simple verificación	6 meses	I.
	A3 Implementar Campaña Social	Ciudadanía interesada en abordar el tema y dispuesta a contribuir solucionar la problemática . (90%)	Primario	Guía de Obs.	Simple verificación	6 meses	I.
	A4 Generar contenidos con información relevante.	Identificar contenidos fáciles de entender para la ciudadanía. (100%)	Primario	Guía de Obs.	Simple verificación	6 meses	I.
	A5 Crear un mensaje básico.	Se entiende el concepto transmitido a la ciudadanía.	Primario	Guía de Obs.	Simple verificación	6 meses	I.

DESARROLLO DE UN PLAN DE DIFUSIÓN SOCIAL PARA CONCIENTIZAR SOBRE LA VIOLENCIA EN CONTRA DE LA MUJER EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

Nive 1	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuente de Inform.	Método de Rec.	Método de Análisis	Frecuenci a de recolecti on	Resp .
Actividades		(100%)					
	A6 Difundir piezas graficas	Percepción de la ciudadanía sobre el mensaje difundido. (100%)	Primario	Guía de Obs.	Simple verificación	6 meses	I.
	A7 Investigar acerca de los efectos que acarrea la violencia en las mujeres, para poder plasmar en los artes.	Se determina el 100% de contenidos, para realizar artes.	Primaria	Guía de Obs.	Simple verificación	6 meses	I.
	A8 Proponer Insight	Identificar un Insight que logré mostrar una visión sobre la cual se trabajará. (100%)	Primaria	Guía de Obs.	Simple verificación	6 meses	I.
	A9 Implementar la estrategia comunicacional .	Aumentar la comprensión de la ciudadanía en cuanto al mensaje difundido (100%)	Primario	Guía de Obs.	Simple verificación	6 meses	I.
	A10 Elaborar un plan de medios colocar los artes a realizar.	Se establece medios principales, secundarios y auxiliares (100%)	Primaria	Guía de Obs.	Simple verificación	6 meses	I.
	A11 Elaborar Piezas gráficas	Se crean artes en base a información adquirida. (100%)	Primaria	Guía de Obs.	Simple verificación	6 meses	I.

4.04.04 Supuestos

Tabla 7: Supuestos del Distrito Metropolitano de Quito, 2018.

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Finalidades	F1 Conocimiento para saber cómo actuar ante un caso de violencia..	Ampliar el conocimiento sobre el tema en la ciudadanía. (90%)	X	X	X	X	X
	F2 Ciudadanía incentivada a hablar sin tabú, sobre la violencia a la mujer.	Aceptación de la ciudadanía para hablar del tema. (70%)		X	X	X	
	F3 Ciudadanía informada acerca de los efectos de la violencia en contra de la mujer.	Se concientizará a la ciudadanía sobre la violencia hacia la mujer.(90%)	X	X	X	X	
	F4 Conocimiento de la ciudadanía sobre los casos de violencia.	Se identifican los diferentes tipos de violencia existentes (90%)	X	X	X	X	
	F5 Disminución en los casos de maltrato hacia la mujer.	Se incrementará en conocimiento de leyes que amparan a la mujer. (80%)	X	X	X	X	X
	F6 Conocimiento sobre el amparo legal que recibe la ciudadanía víctima de violencia.	Aumento de denuncias en casos de violencia hacia la mujer. (80%)	X	X	X	X	X

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Propósito	P1 Diseñar un plan de difusión social con el fin de concientizar a la ciudadanía de la parroquia de Calderón, sobre la violencia en contra de la mujer.	Conocimiento de la ciudadanía sobre los diferentes tipos de violencia, los efectos que acarrea y las víctimas inocentes. (90%)	X	X	X	X	X
Componentes	C1 Gestionar alianzas para apoyar el proyecto.	Comunidad interesada en la campaña Social (90%)	X	X	X	X	X
	C2 Realizar un plan de medios a través de redes sociales sobre la violencia.	Incrementar el interés sobre la Campaña Social en la ciudadanía. (90%)	X	X	X	X	X
	C3 Recopilar información necesaria para poder difundir el tema.	Se establece material óptimo para el desarrollo adecuado de la campaña social (100%)	X	X	X	X	X
	C4 Diseñar piezas gráficas que persuadan a la ciudadanía.	Se incentivarán a la ciudadanía a contrarrestar acciones violentas. (90%)	X		X		
	C5 Elaborar Artes con alto impacto visual sobre el maltrato a la mujer.	Se incrementará el interés en contribuir para erradicar la problemática. (90%)	X	X	X	X	X
Actividades	A1 Recolectar información sobre leyes que amparen a la ciudadanía.	Se establece información que sea de ayuda en un 100% a la ciudadanía.	X	X	X	X	X
	A2 Elaborar una estrategia creativa.	Se determinan los Beneficios para transmitir el mensaje (100%)	X		X	X	

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Actividades	A3 Implementar Campaña Social	Ciudadanía interesada en abordar el tema y dispuesta a contribuir para solucionar la problemática. (90%)	X		X	X	X
	A4 Generar contenidos con información relevante.	Identificar contenidos fáciles de entender para la ciudadanía. (100%)	X		X	X	X
	A5 Crear un mensaje básico.	Se entiende el concepto transmitido a la ciudadanía. (100%)	X		X	X	X
	A6 Difundir piezas graficas	Percepción de la ciudadanía sobre el mensaje difundido. (100%)	X		X	X	X
	A7 Investigar acerca de los efectos que acarrea la violencia en las mujeres, para poder plasmar en los artes.	Se determina el 100% de contenidos, para realizar artes.	X		X	X	X
	A8 Proponer Insight	Identificar un Insight que logré mostrar una visión sobre la cual se trabajará. (100%)	X		X	X	X
	A9 Implementar la estrategia comunicacional.	Aumentar la comprensión de la ciudadanía en cuanto al mensaje difundido (100%)	X		X	X	X

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Actividades							
	A10 Elaborar un plan de medios colocar los artes a realizar.	Se establece medios principales, secundarios y auxiliares (100%)	X		X	X	X
	A11 Elaborar Piezas gráficas	Se crean artes en base a información adquirida. (100%)	X		X	X	X

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Quezada Katherine

4.04.05. Matriz de Marco Lógico

Tabla 8: Selección de indicadores del Distrito Metropolitano de Quito, 2018

Resumen Narrativo	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos
FINES			
F1 Conocimiento para saber cómo actuar ante un caso de violencia.	Ampliar el conocimiento sobre el tema en la ciudadanía. (90%)	Encuesta Estadístico	Información incompleta hacia el público objetivo.
F2 Ciudadanía incentivada a hablar sin tabú, sobre la violencia a la mujer.	Aceptación de la ciudadanía para hablar del tema. (70%)	Encuesta Estadístico	Ciudadanía poco interesada en abordar el tema.
F3 Ciudadanía informada acerca de los efectos de la violencia en contra de la mujer.	Se concientizará a la ciudadanía sobre la violencia hacia la mujer. (90%)	Encuesta Estadístico	Bajo nivel de atención por parte de la ciudadanía.
F4 Conocimiento de la ciudadanía sobre los casos de violencia.	Se identifican los diferentes tipos de violencia existentes (90%)	Encuesta Estadístico	Poca acogida sobre el tema.
F5 Disminución en los casos de maltrato hacia la mujer.	Se incrementará en conocimiento de leyes que amparan a la mujer. (80%)	Encuesta Estadístico	Mala implementación de conceptos gráficos.
F6 Conocimiento sobre el amparo legal que recibe la ciudadanía víctima de violencia.	Aumento de denuncias en casos de violencia hacia la mujer. (80%)	Observ. Directa Simple Verificación	Cambio de leyes.
PROPÓSITO			
P1 Diseñar un plan de difusión social con el fin de concientizar a la ciudadanía de la parroquia de Calderón, sobre la violencia en contra de la mujer.	Conocimiento de la ciudadanía sobre los diferentes tipos de violencia, los efectos que acarrea y las víctimas inocentes. (90%)	Encuesta Estadístico	Bajo impacto en la ciudadanía.
COMPONENTES			
C1 Gestionar alianzas para apoyar el	Comunidad interesada en la campaña Social	Guía de Obs.	Nulo interés en apoyar

DESARROLLO DE UN PLAN DE DIFUSIÓN SOCIAL PARA CONCIENTIZAR SOBRE LA VIOLENCIA EN CONTRA DE LA MUJER EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

proyecto.	(90%)	Simple verificación	el proyecto.
C2 Realizar un plan de medios a través de redes sociales sobre la violencia.	Incrementar el interés sobre la Campaña Social en la ciudadanía. (90%)	Guía de Obs. Simple verificación	Mal manejo de medios digitales.
C3 Recopilar información necesaria para poder difundir el tema.	Se establece material óptimo para el desarrollo adecuado de la campaña social (100%)	Guía de Obs. Simple verificación	Información insuficiente para desarrollar el proyecto.
C4 Diseñar piezas gráficas que persuadan a la ciudadanía.	Se incentivará a la ciudadanía a contrarrestar acciones violentas. (90%)	Guía de Obs. Simple verificación	Mal manejo de información recopilada.
C5 Elaborar Artes con alto impacto visual sobre el maltrato a la mujer.	Se incrementará el interés en contribuir para erradicar la problemática. (90%)	Guía de Obs. Simple verificación	Mala distribución de artes impresas.
ACTIVIDADES			
A1 Recolectar información sobre leyes que amparen a la ciudadanía.	Se establece información que sea de ayuda en un 100% a la ciudadanía.	Guía de Obs. Simple verificación	Cambios en leyes referente al tema.
A2 Elaborar una estrategia creativa.	Se determinan los Beneficios para transmitir el mensaje (100%)	Guía de Obs. Simple verificación	Mal manejo de información recopilada.
A3 Implementar Campaña Social	Ciudadanía interesada en abordar el tema y dispuesta a contribuir solucionar la problemática. (90%)	Guía de Obs. Simple verificación	Nulo interés en cambiar hábitos de comportamiento.
A4 Generar contenidos con información relevante.	Identificar contenidos fáciles de entender para la ciudadanía. (100%)	Guía de Obs. Simple verificación	Mal manejo de información recopilada.
A5 Crear un mensaje básico.	Se entiende el concepto transmitido a la ciudadanía. (100%)	Guía de Obs. Simple verificación	Mal manejo de información recopilada.

A6 Difundir piezas graficas	Percepción de la ciudadanía sobre el mensaje difundido. (100%)	Guía de Obs. Simple verificación	Mala distribución de artes impresas.
A7 Investigar acerca de los efectos que acarrea la violencia en las mujeres, para poder plasmar en los artes.	Se determina el 100% de contenidos, para realizar artes.	Guía de Obs. Simple verificación	Mala distribución de artes impresas.
A8 Proponer Insight	Identificar un Insight que logré mostrar una visión sobre la cual se trabajará. (100%)	Guía de Obs. Simple verificación	Mala distribución de artes impresas.
A9 Implementar la estrategia comunicacional.	Aumentar la comprensión de la ciudadanía en cuanto al mensaje difundido (100%)	Guía de Obs. Simple verificación	Artes demasiado complejos para el grupo objetivo.
A10 Elaborar un plan de medios colocar los artes a realizar.	Se establece medios principales, secundarios y auxiliares (100%)	Guía de Obs. Simple verificación	Mala distribución de presupuesto.
A11 Elaborar Piezas gráficas	Se crean artes en base a información adquirida. (100%)	Guía de Obs. Simple verificación	Diseño de Campaña Social mal enfocado.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Quezada Katherine

CAPÍTULO V

5. Propuesta

5.01. Antecedentes de la Herramienta y Perfil de la Propuesta

5.01.01 Publicidad

La publicidad hoy por hoy es parte importante dentro de la vida de la sociedad ya que contribuye en todos los ámbitos dentro de la misma.

La publicidad está hoy presente en todas las manifestaciones de la sociedad. Los anunciantes, ya sean entidades privadas, públicas u organizaciones no lucrativas, utilizan la prensa, la radio, la televisión, el cine, Internet y diversos soportes exteriores como medios principales de comunicación para dar a conocer sus productos, servicios e ideas con el legítimo propósito de informar e influir en su compra o aceptación. (Enrique Ortega Martínez, 2014, p.80)

Es por ello que la publicidad en cierta manera influye en la actitud de la sociedad dependiendo el público objetivo al que se dirige y el tipo de publicidad puede causar gran impacto ya que:

En la sociedad actual estamos expuestos diariamente a multitud de impactos publicitarios. Mientras vemos la televisión, escuchamos la radio, leemos la prensa o navegamos por internet, la publicidad asoma entre el contenido de los medios de comunicación, ya sea en forma de spot, de cuña, de publicidad gráfica, banners, ventanas emergentes en la red, etc. Pero la actividad publicitaria va más allá de los medios tradicionales medios de comunicación y se manifiesta a través de múltiples y variados medios como el exterior

(mediante lonas, luminosas, transporte etc.), el cine, los dispositivos móviles, o los actos deportivos entre otros.

Una acción publicitaria puede impactar, por tanto, a miles e incluso millones de personas. (Sandra Vilajoana Alejandre, 2011, p.11)

5.01.02 Objetivos de la publicidad

Dentro de las empresas la publicidad tiene como objetivos primordiales potenciar su marca, dar mejor visualización de la misma, crear fidelidad en su público objetivo como se propone a continuación:

- Dar a conocer un producto/marca
- Favorecer la prueba de un nuevo producto
- Intensificar el consumo
- Mantener la preferencia por la marca
- Favorecer la distribución
- Introducir una línea de productos
- Crear, mantener o mejorar la imagen
- Modificar hábitos, costumbres y actitudes
- Contrarrestar las acciones de la competencia
- Captar nuevos clientes
- Incrementar la notoriedad/ de la marca

Alberto de Duran. (2014). Fundamentos de la publicidad. 2018, de wordpress Recuperado de:

<https://anunciologia.files.wordpress.com/2017/03/fundamentos-de-la-publicidad.pdf>

En las asociaciones la publicidad tiene ciertos fines para con la sociedad, en las que se enfoca en tratar de corregir una conducta

- Dar a conocer la entidad
- Dar a conocer determinadas características de la entidad
- Modificar hábitos y costumbres sociales
- Crear, mantener o mejorar la imagen
- Localizar nuevos miembros
- Obtener fondos
- Conseguir donaciones económicas
- Sensibilizar a la población.

Alberto de Duran. (2014). Fundamentos de la publicidad. 2018, de wordpress Recuperado de:

<https://anunciologia.files.wordpress.com/2017/03/fundamentos-de-la-publicidad.pdf>

La publicidad ha pasado a formar parte de nuestra vida diaria, esto con el fin de persuadir al grupo objetivo para que compre un producto, apoye una causa o comparta una ideología, basándose en una estrategia de comunicación, combinando la creatividad con la tecnología y de esta manera lograr mejores resultados para

poder impactar al público objetivo sin embargo cada una se diferencia por sus objetivos en las administraciones públicas:

- Informar
- Favorecer el conocimiento de las leyes
- Modificar comportamientos
- Modificar actitudes
- Crear, mantener o mejorar la imagen
- Destacar la existencia o notoriedad de una institución.

Alberto de Duran. (2014). Fundamentos de la publicidad. 2018, de
wordpress Recuperado de:

<https://anunciologia.files.wordpress.com/2017/03/fundamentos-de-la-publicidad.pdf>

5.01.03 Campaña

“... es un conjunto de eventos programados para alcanzar un objetivo. Se diseña, como parte de una estrategia, para lograr un conjunto de objetivos y resolver algún problema crucial.” (Wells, Burnett y Miortary, 1996, p. 20).

Esto se lo realizará dentro de un periodo de tiempo en el cual se deberán cumplir los objetivos especificados dentro de la misma para poder visualizar los resultados esperados.

5.01.04 Campaña Social

“La comunicación para el cambio social busca favorecer un desarrollo social basado en principios de justicia, tolerancia, equidad y diversidad...” Muñoz, (2009, agosto). Comunicación para el cambio social. Recuperado de <https://orecomm.net/wp-content/uploads/2009/08/msj.pdf>

La comunicación para el cambio social se refiere a un proceso el cual se basa en el diálogo y en la inclusión de la ciudadanía a través del desarrollo de estrategias que incitan a la sociedad a realizar un cambio positivo en su actitud con el fin de mejorar la calidad de vida.

5.01.05 Campañas de acción social o de bien público

Estas son realizadas por entidades públicas sin fines de lucro o ganancia, las realizan con el fin de modificar conductas dentro de la sociedad estas son importantes ya que como lo afirma Mario Simonovich, (2011) “...contribuye con el país a contrarrestar una problemática o a su vez ayuda a concientizar a la sociedad sobre la misma.”(p.25) y en base a esta se pueden tomar decisiones futuras ya que puede mostrar posibles causas, efectos o soluciones de una problemática.

5.01.06 Los medios publicitarios

La publicidad es un proceso de comunicación masivo que busca promover la venta de un artículo, en el servicio. El objetivo del anunciante es persuadir al receptor.

Los medios publicitarios son los canales que los publicistas utilizan para lograr este proceso. Los cinco principales medios publicitarios son la prensa, la

radio, la televisión, la publicidad en exteriores e Internet. Marketing Funcional. (2014).

Medios Publicitarios. medios-publicitarios:

<https://metodospublicitarios.com/medios-publicitarios/>

Es importante realizar una buena selección de medios para poder difundir el mensaje que deseamos transmitir, ya que en base a esto podremos asegurarnos que el mensaje llegué al público objetivo, es por ello que se debe realizar un plan de medios y de esta manera asegurarnos que estemos escogiendo los medios adecuados y así lograr comunicar lo que deseamos.

5.01.07 Insight

Es importante analizar el Insight ya que en base a esto podremos conectarnos de mejor manera con el problema, ya que debe ser analizado minuciosamente y en base a esto encontraremos el camino hacia nuestra propuesta.

Insight es uno de los términos más usados en el contexto del Marketing digital. Sin embargo, es una de las grandes utopías de nuestro medio.

Un insight es una clave, la esencia que nos permite encontrar la solución a un problema. Un camino, un dato que nos sugiere como resolver cualquier ecuación por compleja que sea. Pero ojo, porque el Insight no es la solución. Es simplemente el punto que nos lleva al camino de esa solución. 40deFiebre. (2014)

¿Qué es un Insight?. Diccionario Inbound Marketing:

<https://www.40defiebre.com/que-es/insight/>

5.01.08 Eje de Campaña

El eje de comunicación es la idea esencial que queremos transmitir en una campaña de comunicación. Y es que una buena idea y un buen formato son condiciones clave para el éxito de una campaña publicitaria ya que es la idea esencial. Como dijo M. McLuhan , “el medio es el mensaje”. El mensaje publicitario se adapta al medio y este, a su vez, a los gustos de los clientes. El mismo autor dijo: “no es creativo si no vende”.

(McLuhan y Fiore 1967, p25)

Esto es indispensable ya que en base a esto podremos llevar al éxito o al fracaso a nuestra campaña, esto ya que combina la creatividad con lo que se desea transmitir de esta manera lograremos captar la atención del público al que nos dirigimos.

5.01.09 Público Objetivo

Público objetivo es una noción que se emplea en el ámbito del marketing y la publicidad. El concepto hace referencia a un consumidor representativo e ideal al cual se dirige una campaña o al comprador al que se aspira a seducir con un producto o un servicio. Julián Pérez Porto y Ana Gardey, (2015). Definición de público objetivo. Recuperado de <https://definicion.de/publico-objetivo/>

Es importante la selección de nuestro grupo objetivo ya que en base a esto podremos darle un sentido a la Campaña, ya que si no escogemos correctamente es probable que fracase y no podamos concientizar sobre la problemática que

encontramos, es decir es en base al público objetivo el desarrollo de toda nuestra campaña, y de este depende visualizar el resultado planteado inicialmente.

5.01.10 Plan de Medios

Para poder llegar de manera eficiente a nuestro público objetivo es necesario realizar el estudio del plan de medios ya que es por estos que nuestro mensaje será difundido. Es por ello que se debe realizar un análisis de cuáles son los medios más eficaces dependiendo nuestro público, para poder tener la seguridad de que el mensaje va a llegar y será compartido. ...Planificación de medios es la estrategia que tiene como objetivo determinar la mejor combinación de medios para lograr los objetivos de una campaña de marketing, así mismo, para la planificación de medios subcontrata a una agencia de medios con el fin de que obtenga y seleccione las plataformas de medios óptimos para la marca o el producto del cliente. Instituto Internacional Español de Marketing Digital, (2016). Que es planificación de medios. Recuperado de <https://iiemd.com/planificacion/planificacion-de-medios/que-es-planificacion-de-medios>

5.01.11 Violencia

La OMS la define como: "...uso intencional de la fuerza, de hecho, o como amenaza, contra uno mismo; otra persona o un grupo o comunidad, que cause o tenga muchas posibilidades de causar lesiones, muerte, daños psicológicos, trastornos del desarrollo o privaciones" (R. H. Walters, R.D. Parke, 1964; p. 10).

La violencia es un estereotipo que puede ser transmitida de generación en generación haciéndola ver como algo normal dentro de su vida, según Walters y Parke (1964), está determinada por la cultura. Algunas personas tienen la intención

de dañar a otros, pero por sus antecedentes culturales y sus creencias no consideran que sus actos sean violentos.

La socióloga hindú Keltar (1992), reconoce la violencia de género inmersa en el contexto socioeconómico y político de las relaciones de poder producida dentro de las relaciones sociales patriarcales, de clase, casta, donde domina el poder masculino. En base a este concepto se puede decir que no es un problema actual esta problemática nace con nuestros antepasados, pero con el paso del tiempo se ha ido agudizando, llegando a acabar violentamente con la vida de cientos de mujeres, y que en pleno siglo XXI no tendría que ser tolerada.

5.01.12 Ciclo de la violencia física.

Lenore Walker definió el Ciclo de la violencia en tres partes:

El ciclo comienza con una primera fase de Acumulación de la Tensión, en la que la víctima percibe claramente cómo el agresor va volviéndose más susceptible, respondiendo con más agresividad y encontrando motivos de conflicto en cada situación.

La segunda fase supone el Estallido de la Tensión, en la que la violencia finalmente explota, dando lugar a la agresión.

En la tercera fase, denominada de “Luna de Miel” o Arrepentimiento, el agresor pide disculpas a la víctima, le hace regalos y trata de mostrar su arrepentimiento. Esta fase va reduciéndose con el tiempo, siendo cada vez más breve y llegando a desaparecer. Este ciclo, en el que al castigo (agresión) le sigue la expresión de arrepentimiento que mantiene la ilusión del cambio, puede ayudar a

explicar la continuidad de la relación por parte de la mujer en los primeros momentos de la misma.

Este ciclo pretende explicar la situación en la que se da violencia física, ya que la violencia psicológica no aparece de manera puntual, sino a lo largo de un proceso que pretende el sometimiento y control de la pareja.

(Lenore E. Walker . “The Battered Woman”, 1979. “Ciclo de la Violencia“)

5.01.13 Consecuencias psicológicas para la mujer maltratada.

Según Walker, (1984) ...son características de la impotencia aprendida: a) La disminución de la capacidad para responder, sumisión y la personalidad pasiva de la mujer. b) La habilidad cognoscitiva para percibir el éxito cambia en la mujer, ella no cree que su respuesta le traerá resultados favorables, así lo sean o no. c) La mujer maltratada creerá que nada de lo que ella haga alterará el futuro o su destino. d) El sentido de bienestar emocional pasa a ser precario y se vuelve más propensa a la depresión y a la ansiedad.

Son varias las consecuencias postraumáticas que vive una mujer que ha sido violentada si no logra identificar a tiempo el ciclo de violencia.

5.01.14 Desarrollo del síndrome de la mujer maltratada

Marie-France Hirigoyen diferencia entre dos fases en las consecuencias, las que se producen en la fase de dominio y a largo plazo.

En la primera fase, la mujer está confusa y desorientada, llegando a renunciar a su propia identidad y atribuyendo al agresor aspectos positivos que la ayudan a negar la realidad. Se encuentran agotadas por la falta de sentido que el agresor impone en su

vida, sin poder comprender lo que sucede, solo y aislado de su entorno familiar y social y en constante tensión ante cualquier respuesta agresiva de su pareja.

Marie-France Hirigoyen habla de consecuencias a largo plazo refiriéndose a las etapas por las que pasan las víctimas a partir del momento en que se dan cuenta del tipo de relación en la que están inmersas. Durante esta fase, las mujeres pasan un choque inicial en el que se sienten heridas, estafadas y avergonzadas, además de encontrarse apáticas, cansadas y sin interés por nada.

(Marie-France Hirigoyen, 2013. Violencia de Género)

5.01.14 Leyes

En Ecuador la igualdad de género ha sido una lucha constante desde tiempos pasados ya que antiguamente este se consideraba como un asunto privado en el cual el estado no podía intervenir y por ello no era considerado de interés dentro de la política.

Varias mujeres han luchado con el fin de contribuir con la erradicación de la violencia de género en nuestro país, lo cual ayuda a la elaboración de la ley que rige actualmente en nuestra constitución y entre los motivos para desarrollar la misma mencionan que ... en Ecuador se empieza a visibilizar la violencia como un problema de salud pública y se logra que tenga un tratamiento a nivel político. La visibilidad se acentuó más, cuando el Ecuador firma la Convención para la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer, en julio de 1980 y la ratifica en noviembre del 1981. Más tarde, Ecuador se adhiere a la Convención Interamericana para Prevenir, sancionar y Erradicar la Violencia Contra la Mujer de

Belém do Para (enero del 1995) y al suscribe la Plataforma de acción de Beijing (1995). Asamblea nacional. (2018). *Ley Organica Integral para Prevenir y Erradicar La Violencia Contra Las Mujeres*. 2018, Recuperado de:
http://www.patronato.quito.gob.ec/textos_normativa/TRANSPARENCIA_2018/DOCUMENTOS/Actualizacion/Reglamento%20Ley%20Prevenir%20y%20Erradicar%20la%20violencia%20contra%20las%20mujeres.pdf

LEY ORGANICA INTEGRAL PARA PREVENIR Y ERRADICAR LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES

TITULO

GENERALIDADES

CAPITULO I

DEL OBJETO, FINALIDAD Y AMBITO DE APLICACION DE LA LEY

Art. 1.- Objeto. El objeto de la presente Ley es prevenir y erradicar todo tipo de violencia contra las mujeres: niñas, adolescentes, jóvenes, adultas y adultas mayores, en toda su diversidad, en los ámbitos público y privado; en especial, cuando se encuentran en múltiples situaciones de vulnerabilidad o de riesgo, mediante políticas y acciones integrales de prevención, atención, protección y reparación de las víctimas; así como a través de la reeducación de la persona agresora y el trabajo en masculinidades. Se dará atención prioritaria y especializada a las niñas y adolescentes, en el marco de lo dispuesto en la Constitución de la República e instrumentos internacionales ratificados por el Estado ecuatoriano.

Art. 2.- Finalidad. Esta Ley tiene como finalidad prevenir y erradicar la violencia ejercida contra las mujeres, mediante la transformación de los patrones socioculturales y estereotipos que naturalizan, reproducen, perpetúan y sostienen la desigualdad entre hombres y mujeres, así como atender, proteger y reparar a las víctimas de violencia.

Art. 3.- Ambito. La presente ley será de aplicación y observancia por toda persona natural y jurídica que se encuentre o actúe en el territorio ecuatoriano.

Las mujeres ecuatorianas en situación de movilidad humana que se encuentren en el exterior serán sujetos de protección y asistencia de las misiones diplomáticas u oficinas consulares del Ecuador, cualquiera sea su condición migratoria.

Art. 4.- Definiciones. Para efectos de aplicación de la presente Ley, a continuación se definen los siguientes términos:

1. Violencia de género contra las mujeres.- Cualquier acción o conducta basada en su género que cause o no muerte, daño y/o sufrimiento físico, sexual, psicológico, económico o patrimonial, gineco-obstétrico a las mujeres, tanto en el ámbito público como privado.
2. Daño.- Es el perjuicio causado a una persona como consecuencia de un evento determinado. En este caso el daño implica la lesión, menoscabo, mengua, agravio, de un derecho de la víctima.
3. Estereotipos de género.- Es toda preconcepción de atributos y características poseídas o papeles que son o deberían ser ejecutados por hombres y mujeres, respectivamente.

4. Víctimas.- Se considera a la mujer y/o demás miembros integrantes del núcleo familiar que sufran violencia o afectación ejecutada por un miembro de la familia.
5. Persona agresora.- Quien comete una acción u omisión que implique cualquier forma de violencia contra las mujeres.
6. Ambito público.- Espacio en el que se desarrollan las tareas políticas, productivas de la sociedad y de servicios remunerados, vinculadas a la gestión de lo público.
7. Ambito privado.- Espacio en el que se desarrollan las tareas reproductivas; de la economía del cuidado, remuneradas o no, vinculadas a la familia y a lo doméstico.
8. Relaciones de poder.- Acciones, omisiones y prácticas sociales, políticas, económicas, culturales o simbólicas que determinan la imposición de la voluntad de una persona o grupo por sobre la de otro, desde una relación de dominación o subordinación, que implica la distribución asimétrica del poder y el acceso y control a los recursos materiales e inmateriales entre hombres y mujeres.
9. Discriminación contra las mujeres.- Denota toda distinción, exclusión o restricción basada en su condición de tal, que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento de las mujeres, atentar contra los derechos humanos y las libertades fundamentales en las esferas política, económica, social, cultural, o en cualquier otra.
10. Revictimización.- Son nuevas agresiones, intencionadas o no, que sufre la víctima durante las diversas fases de atención y protección, así como durante el proceso judicial o extrajudicial, tales como: retardo injustificado en los procesos, desprotección, negación y/o falta injustificada de atención efectiva, entre otras

respuestas tardías, inadecuadas o inexistentes, por parte de instituciones estatales competentes.

11. Registro Unico de violencia contra las mujeres.- Es un registro georreferenciado de violencia contra las mujeres que consignará los datos de sexo, edad, auto identificación étnica, condición sexo-genérica, nivel de instrucción, condición migratoria, estado civil de la víctima y de la persona agresora, el tipo de violencia, la existencia de denuncias anteriores, sentencia y otros datos adicionales que respondan a los estándares internacionales de derechos humanos.

12. Clasificador Orientador de Gasto.-Es una herramienta tecnológica desarrollada por el ente rector de las finanzas públicas, que busca vincular las actividades y los presupuestos de los programas institucionales, con componentes de políticas de igualdad (género, discapacidades, interculturalidad, movilidad humana y generacional). Esta herramienta verifica en qué medida estos componentes están siendo incorporados en el presupuesto de las instituciones públicas y facilita el seguimiento de la ejecución presupuestaria por cada entidad.

13. Masculinidades.- Es la construcción sociocultural sobre roles y valores asociados al comportamiento de los hombres. Se aboga por que se ejerzan sin machismo ni supremacía o violencia hacia las mujeres.

Art. 5.- Obligaciones estatales. El Estado, a través de todos los niveles de gobierno, tiene las obligaciones ineludibles de promover, proteger, garantizar y respetar los derechos humanos de las mujeres: niñas, adolescentes, adultas y adultas mayores, a través de la adopción de todas las medidas políticas, legislativas, judiciales,

administrativas, de control y de cualquier otra índole que sean necesarias, oportunas y adecuadas para asegurar el cumplimiento de la presente Ley y se evite la revictimización e impunidad. Estas obligaciones estatales constarán en el Plan Nacional de Desarrollo y en los Planes de Desarrollo: regionales, provinciales, de los distritos metropolitanos, cantonales y parroquiales; y, se garantizarán a través de un plan de acción específico incluido en el Presupuesto General del Estado.

Art. 6.- Corresponsabilidad. El Estado es responsable de garantizar el derecho de las mujeres: niñas, adolescentes, mujeres adultas y mujeres mayores, a una vida libre de violencia. La sociedad, la familia y la comunidad, son responsables de participar de las acciones, planes y programas para la erradicación de la violencia contra las mujeres, emprendidos por el Estado en todos sus niveles y de intervenir en la formulación, evaluación, y control social de las políticas públicas que se creen para el efecto.

Art. 7.- Enfoques. En la aplicación de la presente Ley se considerarán los siguientes enfoques:

a) Enfoque de género.- Permite comprender la construcción social y cultural de roles entre hombres y mujeres, que históricamente han sido fuente de inequidad, violencia y vulneración de derechos y que deben ser modificados a favor de roles y prácticas sociales que garanticen la plena igualdad de oportunidades entre personas diversas y de una vida libre de violencia.

b) Enfoque de derechos humanos.- Determina como objetivo y resultado, el reconocimiento, el respeto irrestricto y la realización plena de los derechos humanos

de todas las personas, incluidos el derecho a la integridad y a una vida libre de violencia.

c) Enfoque de interculturalidad.- Reconoce la existencia de las distintas comunidades, pueblos y nacionalidades que integran el Estado, respetando todas aquellas expresiones en los diversos contextos culturales. Bajo este enfoque no se aceptan prácticas discriminatorias que favorezcan la violencia.

d) Enfoque intergeneracional.- Reconoce la existencia de necesidades y derechos específicos en cada etapa de la vida, niñez, adolescencia, madurez y adultez; y, establece la prioridad de identificar y tratar las vulnerabilidades en dichas etapas de la vida.

e) Enfoque de integralidad.- Considera que la violencia contra las mujeres: niñas, adolescentes, jóvenes, adultas y adultas mayores es estructural y multicausal y está presente en todos los ámbitos de la vida, por lo tanto, las intervenciones deben realizarse en todos los espacios en las que las mujeres se desarrollan.

f) Enfoque de interseccionalidad.- Identifica y valora las condiciones sociales, económicas, políticas, culturales, religiosas, étnicas, geográficas, físicas y otras que son parte simultánea de la identidad individual y comunitaria de las mujeres y adecúa a estas realidades las acciones, servicios y políticas públicas destinadas para la prevención y erradicación de la violencia contra las mujeres y la atención, protección y restitución de derechos de la víctima.

Art. 8.- Principios rectores. Para efectos de la aplicación de la presente Ley, además de los principios contemplados en la Constitución de la República, en los

instrumentos internacionales de derechos humanos ratificados por el Ecuador, y demás normativa vigente, registrarán los siguientes:

a) Igualdad y no discriminación.- Se garantiza la igualdad y se prohíbe toda forma de discriminación. Ninguna mujer puede ser discriminada, ni sus derechos pueden ser menoscabados, de conformidad con la Constitución de la República, instrumentos internacionales y demás normativa vigente.

b) Diversidad.- Se reconoce la diversidad de las mujeres, independientemente de su edad y condición, en concordancia con lo preceptuado en la Constitución de la República, Ley Orgánica de Gestión de la Identidad y Datos Civiles y normativa penal vigente.

c) Empoderamiento.- Se reconoce el empoderamiento como el conjunto de acciones y herramientas que se otorgan a las mujeres para garantizar el ejercicio pleno de sus derechos. Se refiere también al proceso mediante el cual las mujeres recuperan el control sobre sus vidas, que implica entre otros aspectos, el aumento de confianza en sí mismas, la ampliación de oportunidades, mayor acceso a los recursos, control de los mismos y toma de decisiones.

d) Transversalidad.- Se respetan los diversos enfoques establecidos en la presente Ley, a todo nivel y en todo el ciclo de la gestión pública, y privada y de la sociedad, en general y garantiza un tratamiento integral de la temática de violencia.

e) Pro-persona.- Se aplicará la interpretación más favorable para la efectiva vigencia y amparo de sus derechos para la protección y garantía de derechos de las mujeres víctimas o en potencial situación de violencia.

f) Realización progresiva.- Se aplica a las obligaciones positivas que tiene el Estado de satisfacer y proteger de manera progresiva los derechos considerados en esta Ley.

g) Autonomía.- Se reconoce la libertad que una mujer tiene para tomar sus propias decisiones en los diferentes ámbitos de su vida.

La ley contempla varios aspectos y en todos vela por la integridad de la mujer, sin distinción de cultura o raza es por ello que es importante conocer cuáles son los derechos que las amparan para poder exigir se cumplan todos estos

Art. 9.- Derechos de las mujeres. Las mujeres: niñas, adolescentes, jóvenes, adultas y adultas mayores, en toda en su diversidad, tienen derecho al reconocimiento, goce, ejercicio y protección de todos los derechos humanos y libertades contemplados en la Constitución de la República, los instrumentos internacionales ratificados por el Estado y en la normativa vigente, que comprende, entre otros, los siguientes:

1. A una vida libre de violencia en el ámbito público y privado, que favorezca su desarrollo y bienestar;
2. Al respeto de su dignidad, integridad, intimidad, autonomía y a no ser sometida a ninguna forma de discriminación, ni tortura;
3. A recibir en un contexto de interculturalidad, una educación sustentada en principios de igualdad y equidad;
4. A recibir información clara, accesible, completa, veraz, oportuna, en castellano o en su idioma propio, adecuada a su edad y contexto socio cultural, en relación con sus derechos, incluyendo su salud sexual y reproductiva; a conocer los mecanismos

de protección; el lugar de prestación de los servicios de atención, de emergencia, de apoyo y de recuperación integral; y demás procedimientos contemplados en la presente Ley y demás normativas concordantes;

5. A contar con interpretación, adaptación del lenguaje y comunicación aumentativa, así como apoyo adicional ajustado a sus necesidades, que permitan garantizar sus derechos, cuando tengan una condición de discapacidad;

6. A que se le garanticen la confidencialidad y la privacidad de sus datos personales, los de sus descendientes o los de cualquier otra persona que esté bajo su tenencia o cuidado; 7. A recibir protección y atención integral a través de servicios adecuados y eficaces, de manera inmediata y gratuita para la víctima y sus dependientes con cobertura suficiente, accesible y de calidad;

8. A recibir orientación, asesoramiento, patrocinio jurídico o asistencia consular, de manera gratuita, inmediata, especializada e integral sobre las diversas materias y procesos que requiera su situación;

9. A dar su consentimiento informado para los exámenes médico-legales que se practiquen en los casos de violencia sexual y, dentro de lo posible, escoger el sexo del profesional para la práctica de los mismos;

10. A ser escuchadas en todos los casos personalmente por la autoridad administrativa o judicial competente, y a que su opinión sea considerada al momento de tomar una decisión que la afecte. Se tomará especial atención a la edad de las víctimas, al contexto de violencia e intimidación en el que puedan encontrarse.

11. A recibir un trato sensibilizado, evitando la revictimización, teniendo en cuenta su edad, su situación de discapacidad u otras condiciones o circunstancias que requieran especial atención;
12. A no ser confrontadas, ni ellas ni sus núcleos familiares con los agresores. Queda prohibida la imposición de métodos alternativos de resolución de conflictos en los procesos de atención, protección o penales;
13. A la verdad, a la justicia, a la reparación integral y a las garantías de no repetición frente a los hechos constitutivos de violencia, ante las instancias administrativas y judiciales competentes;
14. A que se les reconozcan sus derechos laborales, garantice la igualdad salarial entre hombres y mujeres, sin ninguna discriminación y a evitar que por causas de violencia, tengan que abandonar su espacio laboral.
15. Al auxilio inmediato de la fuerza pública en el momento que las víctimas lo soliciten; 16. A tener igualdad de oportunidades en el acceso a las funciones públicas y a participar en los asuntos públicos, incluyendo la toma de decisiones;
17. A una comunicación y publicidad sin sexismo, violencia y discriminación;
18. A una vivienda segura y protegida. Las mujeres víctimas de violencia basada en su género, constituyen un colectivo con derecho a protección preferente en el acceso a la vivienda;
19. A que se respete su permanencia o condiciones generales de trabajo, así como sus derechos laborales específicos, tales como los relacionados con la maternidad y

lactancia; 20. A recibir protección frente a situaciones de amenaza, intimidación o humillaciones; 21. A no ser explotadas y a recibir protección adecuada en caso de desconocimiento de los beneficios laborales a los que por ley tengan derecho;

22. A no ser despedidas o ser sujetos de sanciones laborales por ausencia del trabajo o incapacidad, a causa de su condición de víctima de violencia; y,

23. Los demás establecidos en el ordenamiento jurídico vigente.

Art. 10.- Tipos de violencia. Para efectos de aplicación de la presente Ley y sin perjuicio de lo establecido en los instrumentos internacionales de derechos humanos y en el Código Orgánico Integral Penal y la Ley, se consideran los siguientes tipos de violencia:

a) Violencia física.- Todo acto u omisión que produzca o pudiese producir daño o sufrimiento físico, dolor o muerte, así como cualquier otra forma de maltrato o agresión, castigos corporales, que afecte la integridad física, provocando o no lesiones, ya sean internas, externas o ambas, esto como resultado del uso de la fuerza o de cualquier objeto que se utilice con la intencionalidad de causar daño y de sus consecuencias, sin consideración del tiempo que se requiera para su recuperación

b) Violencia psicológica.- Cualquier acción, omisión o patrón de conducta dirigido a causar daño emocional, disminuir la autoestima, afectar la honra, provocar descrédito, menospreciar la dignidad personal, perturbar, degradar la identidad cultural, expresiones de identidad juvenil o controlar la conducta, el comportamiento, las creencias o las decisiones de una mujer, mediante la humillación, intimidación, encierros, aislamiento, tratamientos forzados o cualquier

otro acto que afecte su estabilidad psicológica y emocional. La violencia psicológica incluye la manipulación emocional, el control mediante mecanismos de vigilancia, el acoso u hostigamiento, toda conducta abusiva y especialmente los comportamientos, palabras, actos, gestos, escritos o mensajes electrónicos dirigidos a perseguir, intimidar, chantajear y vigilar a la mujer, independientemente de su edad o condición y que pueda afectar su estabilidad emocional, dignidad, prestigio, integridad física o psíquica; o, que puedan tener repercusiones negativas respecto de su empleo, en la continuación de estudios escolares o universitarios, en promoción, reconocimiento en el lugar de trabajo o fuera de él. Incluye también las amenazas, el anuncio verbal o con actos, que deriven en un daño físico, psicológico, sexual, laboral o patrimonial, con el fin de intimidar al sujeto de protección de esta Ley. c) Violencia sexual.- Toda acción que implique la vulneración o restricción del derecho a la integridad sexual y a decidir voluntariamente sobre su vida sexual y reproductiva, a través de amenazas, coerción, uso de la fuerza e intimidación, incluyendo la violación dentro del matrimonio o de otras relaciones vinculares y de parentesco, exista o no convivencia, la transmisión intencional de infecciones de transmisión sexual (ITS), así como la prostitución forzada, la trata con fines de explotación sexual, el abuso o acoso sexual, la esterilización forzada y otras prácticas análogas. También es violencia sexual la implicación de niñas y adolescentes en actividades sexuales con un adulto o con cualquier otra persona que se encuentre en situación de ventaja frente a ellas, sea por su edad, por razones de su mayor desarrollo físico o mental, por la relación de parentesco, afectiva o de confianza que lo une a la niña o adolescente, por su ubicación de autoridad o poder; el embarazo temprano en niñas y adolescentes, el

matrimonio en edad temprana, la mutilación genital femenina y la utilización de la imagen de las niñas y adolescentes en pornografía.

d) Violencia económica y patrimonial.- Es toda acción u omisión que se dirija a ocasionar un menoscabo en los recursos económicos y patrimoniales de las mujeres, incluidos aquellos de la sociedad conyugal y de la sociedad de bienes de las uniones de hecho, a través de:

1. La perturbación de la posesión, tenencia o propiedad de sus bienes muebles o inmuebles;
2. La pérdida, sustracción, destrucción, retención o apropiación indebida de objetos, instrumentos de trabajo, documentos personales, bienes, valores y derechos patrimoniales;
3. La limitación de los recursos económicos destinados a satisfacer sus necesidades o la privación de los medios indispensables para vivir una vida digna; así como la evasión del cumplimiento de sus obligaciones alimentarias;
4. La limitación o control de sus ingresos; y,
5. Percibir un salario menor por igual tarea, dentro de un mismo lugar de trabajo.

e) Violencia simbólica.- Es toda conducta que, a través de la producción o reproducción de mensajes, valores, símbolos, iconos, signos e imposiciones de género, sociales, económicas, políticas, culturales y de creencias religiosas, transmiten, reproducen y consolidan relaciones de dominación, exclusión, desigualdad y discriminación, naturalizando la subordinación de las mujeres.

f) Violencia política.- Es aquella violencia cometida por una persona o grupo de personas, directa o indirectamente, en contra de las mujeres que sean candidatas, militantes, electas, designadas o que ejerzan cargos públicos, defensoras de derechos humanos, feministas, lideresas políticas o sociales, o en contra de su familia. Esta violencia se orienta a acortar, suspender, impedir o restringir su accionar o el ejercicio de su cargo, o para inducirla u obligarla a que efectúe en contra de su voluntad una acción o incurra en una omisión, en el cumplimiento de sus funciones, incluida la falta de acceso a bienes públicos u otros recursos para el adecuado cumplimiento de sus funciones.

g) Violencia gineco-obstétrica.- Se considera a toda acción u omisión que limite el derecho de las mujeres embarazadas o no, a recibir servicios de salud gineco-obstétricos. Se expresa a través del maltrato, de la imposición de prácticas culturales y científicas no consentidas o la violación del secreto profesional, el abuso de medicalización, y la no establecida en protocolos, guías o normas; las acciones que consideren los procesos naturales de embarazo, parto y posparto como patologías, la esterilización forzada, la pérdida de autonomía y capacidad para decidir libremente sobre sus cuerpos y su sexualidad, impactando negativamente en la calidad de vida y salud sexual y reproductiva de mujeres en toda su diversidad y a lo largo de su vida, cuando esta se realiza con prácticas invasivas o maltrato físico o psicológico.

Art. 11.- Concurrencia de violencias. Los diferentes tipos de violencia contra las mujeres previstos en esta Ley pueden concurrir en contra de una misma persona, de manera simultánea, en un mismo contexto y en uno o varios ámbitos.

Art. 12.- Ambitos donde se desarrolla la violencia contra las mujeres. Son los diferentes espacios y contextos en los que se desarrollan los tipos de violencia de género contra las mujeres: niñas, adolescentes, jóvenes, adultas y adultas mayores. Están comprendidos, entre otros, los siguientes:

1. Intrafamiliar o doméstico.- Comprende el contexto en el que la violencia es ejercida en el núcleo familiar. La violencia es ejecutada por parte del cónyuge, la pareja en unión de hecho, el conviviente, los ascendientes, los descendientes, las hermanas, los hermanos, los parientes por consanguinidad y afinidad y las personas con las que la víctima mantenga o haya mantenido vínculos familiares, íntimos, afectivos, conyugales, de convivencia, noviazgo o de cohabitación;
2. Educativo.- Comprende el contexto de enseñanza y aprendizaje en el cual la violencia es ejecutada por docentes, personal administrativo, compañeros u otro miembro de la comunidad educativa de todos los niveles;
3. Laboral.- Comprende el contexto laboral en donde se ejerce el derecho al trabajo y donde se desarrollan las actividades productivas, en el que la violencia es ejecutada por personas que tienen un vínculo o convivencia de trabajo con la víctima, independientemente de la relación jerárquica. Incluye condicionar la contratación o permanencia en el trabajo a través de favores de naturaleza sexual; la negativa a contratar a la víctima o a respetar su permanencia o condiciones generales de trabajo; el descrédito público por el trabajo realizado y no acceso a igual remuneración por igual tarea o función, así como el impedimento a las mujeres de que se les acredite el período de gestación y lactancia;

4. Deportivo.- Comprende el contexto público o privado en el cual la violencia es ejercida en la práctica deportiva formativa, de alto rendimiento, profesional, adaptada/paralímpica, amateur, escolar o social;
5. Estatal e institucional.- Comprende el contexto en el que la violencia es ejecutada en el ejercicio de la potestad estatal, de manera expresa o tácita y que se traduce en acciones u omisiones, provenientes del Estado. Comprende toda acción u omisión de instituciones, personas jurídicas, servidoras y servidores públicos o de personal de instituciones privadas; y, de todo tipo de colectivo u organización, que incumpliendo sus responsabilidades en el ejercicio de sus funciones, retarden, obstaculicen o impidan que las mujeres tengan acceso a las políticas públicas y a sus servicios derivados; y, a que ejerzan los derechos previstos en esta Ley;
6. Centros de Privación de Libertad.- Comprende el contexto donde la violencia se ejerce en centros de privación de libertad, por el personal que labora en los centros;
7. Mediático y cibernético.- Comprende el contexto en el que la violencia es ejercida a través de los medios de comunicación públicos, privados o comunitarios, sea por vía tradicional o por cualquier tecnología de la información, incluyendo las redes sociales, plataformas virtuales o cualquier otro;
8. En el espacio público o comunitario.- Comprende el contexto en el cual la violencia se ejerce de manera individual o colectiva en lugares o espacios públicos, privados de acceso público; espacios de convivencia barrial o comunitaria; transporte público y otros de uso común tanto rural como urbano, mediante toda acción física,

verbal o de connotación sexual no consentida, que afecte la seguridad e integridad de las mujeres, niñas y adolescentes;

9. Centros e instituciones de salud.- Comprende el contexto donde la violencia se ejerce en los centros de salud pública y privada, en contra de las usuarias del Sistema Nacional de Salud, ejecutada por el personal administrativo, auxiliares y profesionales de la salud; y,

10. Emergencias y situaciones humanitarias.- Comprende el contexto donde la violencia se ejerce en situaciones de emergencia y desastres que promuevan las desigualdades entre hombres y mujeres, que pongan en riesgo la integridad física, psicológica y sexual de mujeres: niñas, adolescentes, jóvenes, adultas y adultas mayores. Asamblea nacional. (2018). *Ley Organica Integral para Prevenir y Erradicar La Violencia Contra Las Mujeres*. 2018, Recuperado de:

https://www.igualdad.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/05/ley_prevenir_y_erradicar_violencia_mujeres.pdf

TITULO II SISTEMA NACIONAL INTEGRAL PARA PREVENIR Y ERRADICAR LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES CAPITULO I DISPOSICIONES GENERALES DEL SISTEMA

Art. 13.- DEFINICION DEL SISTEMA NACIONAL INTEGRAL PARA PREVENIR Y ERRADICAR LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES.- El Sistema Nacional Integral para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres es el conjunto organizado y articulado de instituciones, normas, políticas, planes,

programas, mecanismos y actividades orientados a prevenir y a erradicar la violencia contra las mujeres, a través de la prevención, atención, protección y reparación integral de los derechos de las víctimas. El Sistema se organizará de manera articulada a nivel nacional, en el marco de los procesos de desconcentración y descentralización para una adecuada prestación de servicios en el territorio. Se garantizará la participación ciudadana, así como los mecanismos de transparencia y rendición de cuentas a la ciudadanía..

Art. 14.- Objeto del Sistema. El Sistema tiene por objeto prevenir y erradicar la violencia contra las mujeres mediante el diseño, formulación, ejecución, supervisión, monitoreo y evaluación de normas, políticas, programas, mecanismos y acciones, en todas las instancias y en todos los niveles de gobierno, de forma articulada y coordinada..

Art. 15.- Principios del Sistema. El Sistema Nacional Integral para la Prevención y Erradicación de la Violencia contra las mujeres: niñas, adolescentes, jóvenes, adultas y adultas mayores, se soporta entre otros, en los siguientes principios:

1. No criminalización.- Las autoridades, de conformidad con lo que establece el ordenamiento jurídico, no tratarán a la víctima sobreviviente como sospechosa o responsable de la comisión de los hechos que denuncie.

2. No revictimización.- Ninguna mujer será sometida a nuevas agresiones, inintencionadas o no, durante las diversas fases de atención, protección y reparación, tales como: retardo injustificado en los procesos, negación o falta injustificada de atención efectiva, entre otras respuestas tardías, inadecuadas por parte de

instituciones públicas y privadas. Las mujeres no deberán ser revictimizadas por ninguna persona que intervenga en los procesos de prevención, atención, protección o reparación.

3. Confidencialidad.- Nadie podrá utilizar públicamente la información, antecedentes personales o el pasado judicial de la víctima para responsabilizarla por la vulneración de sus derechos. La estigmatización, el prejuicio y las consideraciones de tipo subjetivo quedan prohibidos. Se deberá guardar confidencialidad sobre los asuntos que se someten a su conocimiento. Las mujeres, en consideración a su propio interés, pueden hacer público su caso. Este principio no impedirá que servidores públicos denuncien los actos de violencia de los que lleguen a tener conocimiento, y tampoco, impedirá la generación de estadísticas e información desagregada.

4. Gratuidad.- Todas las acciones, mecanismos, procedimientos y cualquier otro trámite derivado, realizado por entidades públicas integrales del Sistema y reconocido por esta Ley, serán gratuitos.

5. Oportunidad y celeridad.- Todas las acciones, procedimientos y medidas contemplados en la presente Ley deben ser inmediatos, ágiles y oportunos, lo que implicará la eliminación de trámites administrativos innecesarios que imposibiliten la atención oportuna de las víctimas.

6. Territorialidad del Sistema.- Todas las instancias que comprenden el Sistema tendrán el deber de coordinar y articular acciones a nivel desconcentrado y descentralizado. Para el cumplimiento de los fines y objetivos de esta Ley, las

acciones tendientes a prevenir y erradicar las distintas formas de violencia, así como restituir derechos violentados, deben estar asentadas a nivel territorial.

Asamblea nacional. (2018). *Ley Organica Integral para Prevenir y Erradicar La Violencia Contra Las Mujeres*. 2018, Recuperado de:

[https://www.igualdad.gob.ec/wp-](https://www.igualdad.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/05/ley_prevenir_y_erradicar_violencia_mujeres.pdf)

[content/uploads/downloads/2018/05/ley_prevenir_y_erradicar_violencia_mujeres.pdf](https://www.igualdad.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/05/ley_prevenir_y_erradicar_violencia_mujeres.pdf)

Código Orgánico Integral Penal

Capítulo Segundo

DELITOS CONTRA LOS DERECHOS DE LIBERTAD

Sección Primera

DELITOS CONTRA LA INVIOABILIDAD DE LA VIDA

Art. 141.-Femicidio.- La persona que, como resultado de relaciones de poder manifestadas en cualquier tipo de violencia, dé muerte a una mujer por el hecho de serlo o por su condición de género, será sancionada con pena privativa de libertad de veintidós a veintiséis años.

Art. 142.- Circunstancias agravantes del femicidio.- Cuando concurren una o más de las siguientes circunstancias se impondrá el máximo de la pena prevista en el artículo anterior:

1. Haber pretendido establecer o restablecer una relación de pareja o de intimidad con la víctima.

2. Exista o haya existido entre el sujeto activo y la víctima relaciones familiares, conyugales, convivencia, intimidad, noviazgo, amistad, compañerismo, laborales, escolares o cualquier otra que implique confianza, subordinación o superioridad.

3. Si el delito se comete en presencia de hijas, hijos o cualquier otro familiar de la víctima.

4. El cuerpo de la víctima sea expuesto o arrojado en un lugar público

Fiscalía. (2018). *Código Orgánico Integral Penal, COIP* . 2016, Recuperado de:

<https://www.fiscalia.gob.ec/images/NuestrasPublicaciones/femicidiopc.pdf>

El artículo 141 del Código Orgánico Integral Penal, determina que la pena privativa de la libertad aplicable a este delito es de 22 a 26 años.

Si, se encuentra alguna de las agravantes propias del femicidio, conforme lo establece el artículo 142 del COIP, la pena será de 26 años

Sin embargo, si se encuentra alguna circunstancia agravante de la infracción penal prevista en el artículo 47 del COIP, la pena se incrementará y conforme las reglas del artículo 44 se impondrán la pena máxima prevista en el tipo penal, aumentada en un tercio.

En un ejercicio comparativo de la pena impuesta a otros delitos que afectan la inviolabilidad de la vida de manera grave, como el asesinato y el sicariato encontramos que la pena máxima es de 26 años, al igual que el femicidio. Este delito se mantiene en el mismo rango de las penas previstas para otros delitos graves, de lo

que se colige que este tipo penal no tiene por objetivo agravar la pena, sino sancionar la conducta.

Fiscalía. (2018). *Código Orgánico Integral Penal, COIP* . 2016, Recuperado de:
<https://www.fiscalia.gob.ec/images/NuestrasPublicaciones/femicidiopc.pdf>

La ley

5.02 Descripción de la Herramienta

Adobe Ilustrador

Adobe Illustrator es un potente programa para la creación de toda clase de ilustraciones basadas en gráficos vectoriales. Permite crear logotipos, bocetos, tipografías y dibujos complejos para ser utilizados tanto en publicaciones impresas como en medios digitales y formatos interactivos. El programa contiene herramientas que resultan imprescindibles para el trabajo de cualquier diseñador artístico por lo que se ha convertido en un estándar de su sector.

Adobe Illustrator cuenta con una interfaz de usuario en la que destacan las Mesas de trabajo, elementos diseñados para agilizar el trabajo con los diferentes documentos del usuario. Además, el programa está integrado con otros productos gráficos de Adobe a través de Creative Cloud, por lo que es posible importar una inmensa cantidad de recursos en línea, tanto desde las bibliotecas Creative Cloud como desde el servicio Adobe Stock. Creative Cloud. (2011). *Adobe Ilustrador*. 2018, <https://www.adobe.com/la/products/illustrator.html>

Adobe Photoshop

Adobe Photoshop es una aplicación para la creación, edición y retoque de imágenes. Es desarrollado por la compañía Adobe Systems. Se lanzó originalmente para computadoras Apple, pero luego saltó a la plataforma Windows.

Este programa se ha hecho muy popular, incluso fuera del ámbito informático, llegándose incluso a usar la palabra "photoshop" para hacer referencia a una foto que ha sido retocada digitalmente. Alegsa Leandro. ALEGSA. (2016). *Adobe Photoshop*. 2018, <http://www.alegsa.com.ar/Dic/photoshop.php>

Equipo Computacional

Computador Dell

Encuesta

La técnica de encuesta es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz. En el ámbito sanitario son muy numerosas las investigaciones realizadas utilizando esta técnica, como queda demostrado en los 294 artículos encontrados en la base de datos Medline Express, con el descriptor survey, para los años 1997-2000 y en castellano.

J. Casas Anguitaa , J.R. Repullo Labradora y J. Donado Camposb (2003). *La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I)*. | Aten Primaria, Artículo(52.479), p.143-. Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/82245762.pdf>

5.02 Encuesta

5.02.01 Modelo de Encuesta

Encuesta

Introducción: La violencia de género es una manifestación de desigualdad y constante agresión que viven ciertas mujeres, el mismo que puede presentarse en el trabajo, con su compañero sentimental, o en la calle y en ciertos casos desencadena en un femicidio. Atentando contra el derecho a la libertad y a la vida que poseen todos los ciudadanos.

Objetivo: Con la presente encuesta se pretende recolectar información para poder desarrollar un proyecto en el cual se concientice a la población de Calderón en cuanto a la violencia hacia la mujer, tipos de violencia existentes, derechos que posee las personas víctimas de violencia, etc.

TEMA: DESARROLLO DE UN PLAN DE DIFUSIÓN SOCIAL PARA CONCIENTIZAR SOBRE LA VIOLENCIA EN CONTRA DE LA MUJER EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN, SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

1.- ¿Conoce sobre la problemática de violencia de género?

SI NO

2.- ¿Ha sufrido algún tipo de violencia de género?

SI NO

3.- ¿Conoce los tipos de violencia existentes?

SI NO

4.- ¿A presenciado o sufrido alguno de estos tipos de violencia?

Sexual

Física

Psicológica

5.- ¿Conoce alguna persona que sufra algún tipo de violencia?

SI NO

6.- ¿Ayudaría a alguna persona que esté sufriendo algún tipo de violencia?

SI NO

7.- ¿Tiene conocimiento de los derechos a favor de las mujeres que sufren algún tipo de violencia?

SI NO

8.- ¿Le gustaría que le informen acerca de leyes que amparan a mujeres víctimas de violencia?

SI NO

9.- ¿Está de acuerdo en que se realicen campañas para combatir la violencia hacia la mujer?

SI NO

5.02.02 Tabulación

Representación numérica gráfica en cifras o porcentajes en las que se puede visualizar los resultados de la encuesta.

Pregunta 1

1.- ¿Conoce la problemática de violencia de género?

Tabla 9: Respuestas encuesta, Pregunta 1

Respuestas	Hombres	Mujeres
SI	87	161
NO	83	48
TOTAL	170	209

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Quezada Katherine

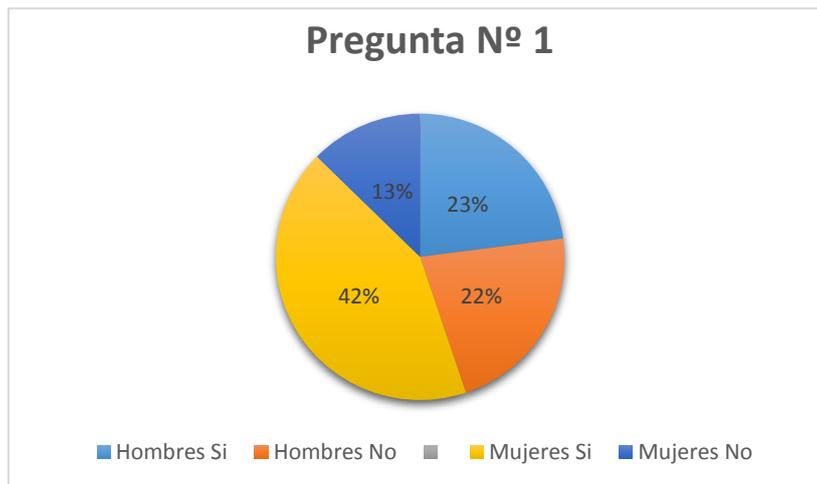


Figura 7: Pastel, Pregunta 1
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Quezada Katherine

Análisis

Según los resultados obtenidos podemos analizar que la población del sector de alguna manera sabe sobre la problemática que se está tratando, sin embargo, hay un porcentaje considerable de mujeres que desconocen el tema.

Pregunta 2

2.- ¿Ha sufrido algún tipo de violencia de género?

Tabla 10: Respuestas encuesta, Pregunta 2

Respuestas	Hombres	Mujeres
SI	80	97
NO	90	112
TOTAL	170	209

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Quezada Katherine

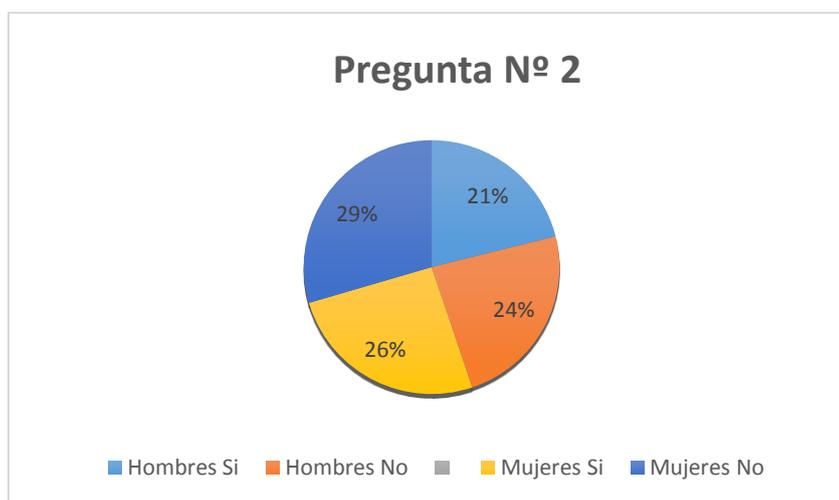


Figura 8: Pastel, Pregunta 2
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Quezada Katherine

Análisis

Se puede observar que la violencia de género afecta tanto a hombres como mujeres en el sector, pero hay más casos de violencia hacia la mujer, considerando también que tal vez muchas de las personas encuestadas por el temor o vergüenza no respondieron con la verdad. Con esto podemos darnos cuenta que existe la problemática en el sector y que las víctimas son mujeres.

Pregunta 3

3.- ¿Conoce los tipos de violencia existentes?

Tabla 11: Respuestas encuesta, Pregunta 3

Respuestas	Hombres	Mujeres
SI	71	137
NO	99	77
TOTAL	170	214

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Quezada Katherine

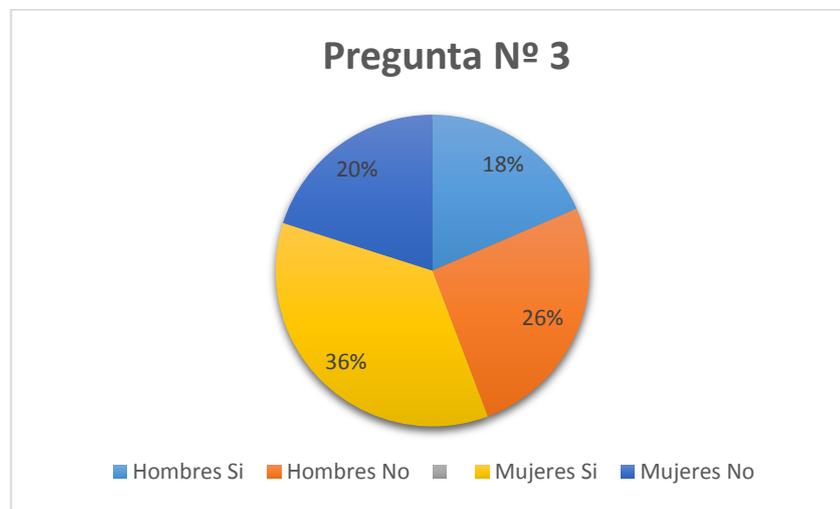


Figura 9: Pastel, Pregunta 3

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Quezada Katherine

Análisis

Según la encuesta realizada la población dice conocer los tipos de violencia existentes, pero por lo general creen que la violencia solo es Física, Sexual y Psicológica y toman en cuenta que la ley en favor hacía la violencia de género en contra de la mujer considera muchos más tipos de violencia de los que conocemos, es por ello que es necesario informar a la ciudadanía sobre estos tipos de violencia que son poco o nada conocidos, esto con el fin de que no se vulneren los derechos a la mujer.

Pregunta 4

4.- ¿Ha presenciado algún tipo de violencia?

Tabla 12: Respuestas encuesta, Pregunta 4

Respuestas	Hombres	Mujeres
Sexual	9	16
Física	45	83
Psicológica	36	77
Ninguna	47	97
TOTAL	137	267

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Quezada Katherine

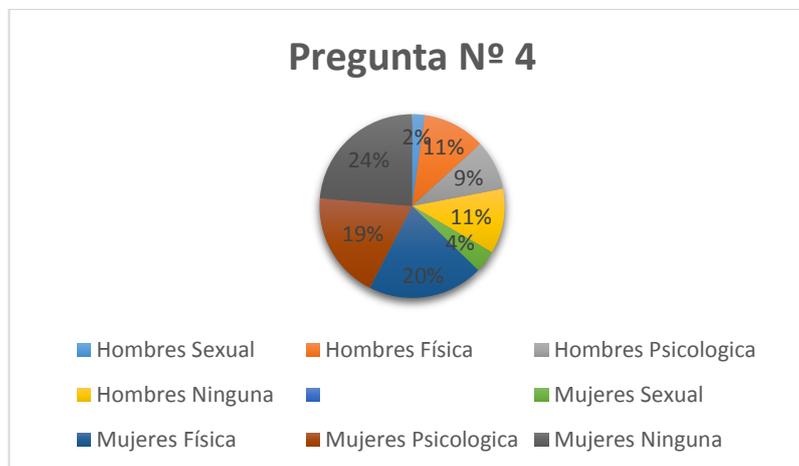


Figura 10: Pastel, Pregunta 4

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Quezada Katherine

Análisis

La población ha sido testigo de algunos de los casos de violencia existentes, siendo la violencia Física la más presenciada por los encuestados, este tipo de violencia es común y la más reconocida por los ciudadanos, podemos también considerar que para que exista este tipo de violencia muchas de las veces previamente sufrieron algún tipo de violencia Psicológica. La violencia sexual también ocupa un porcentaje bajo, lo cual es alarmante ya que es así como se puede analizar que los derechos de las mujeres están siendo vulnerados, y muchas de las veces quedan en la impunidad ya que las víctimas no se atreven o no saben cómo realizar una denuncia oportuna.

Pregunta 5

5.- ¿Conoce alguna persona que sufra algún tipo de violencia?

Tabla 13: Respuestas encuesta, Pregunta 5

Respuestas	Hombres	Mujeres
SI	94	96
NO	76	113
TOTAL	170	214

Fuente:

Investigación propia
Elaborado por: Quezada Katherine

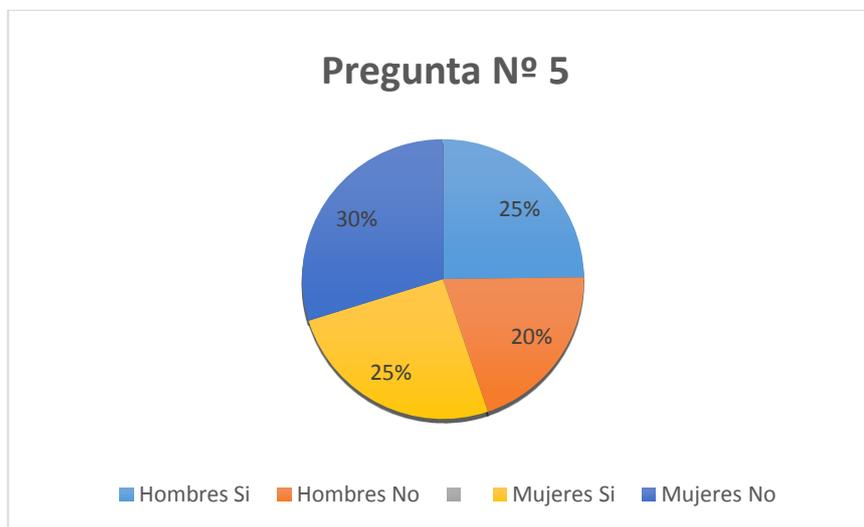


Figura 11: Pastel, Pregunta 5
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Quezada Katherine

Análisis

Existe un gran porcentaje que dice conocer a personas que están sufriendo algún tipo de violencia. Es por ello que se debe concientizar a la población para que cuando presencien o sepan de alguna víctima ayuden a la misma, para de esta manera tratar de erradicar la misma.

Pregunta 6

6.- ¿Ayudaría a alguna persona que esté sufriendo algún tipo de violencia?

Tabla 14: Respuestas encuesta, Pregunta 6

Respuestas	Hombres	Mujeres
SI	119	171
NO	51	38
TOTAL	170	214

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Quezada Katherine

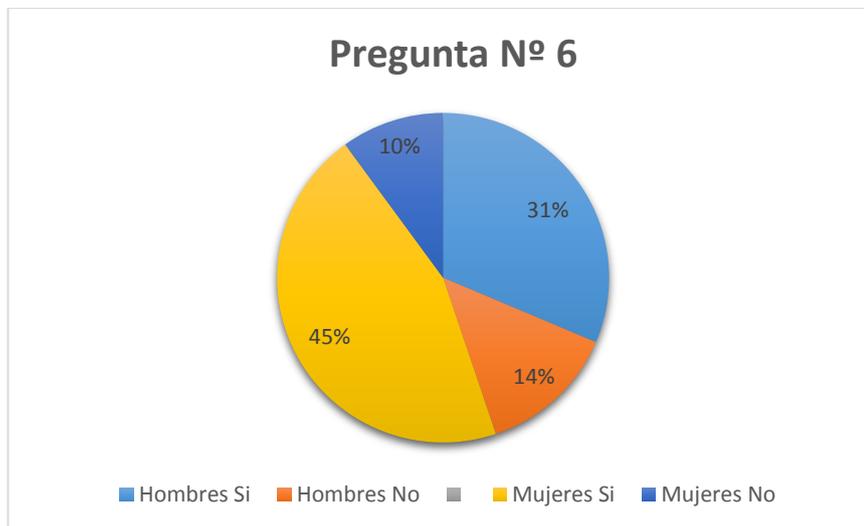


Figura 12: Pastel, Pregunta 5
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Quezada Katherine

Análisis

Según los datos arrojados por las encuestas realizadas la población estarían dispuestos a ayudar a personas que estén sufriendo violencia, es por ello que se debe informar a la población el proceso a seguir cuando sabe de algún caso de violencia.

Pregunta 7

7.- ¿Tiene conocimiento de los derechos a favor de las mujeres que sufren algún tipo de violencia?

Tabla 15: Respuestas encuesta, Pregunta 7

Respuestas	Hombres	Mujeres
SI	61	119
NO	109	90
TOTAL	170	214

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Quezada Katherine

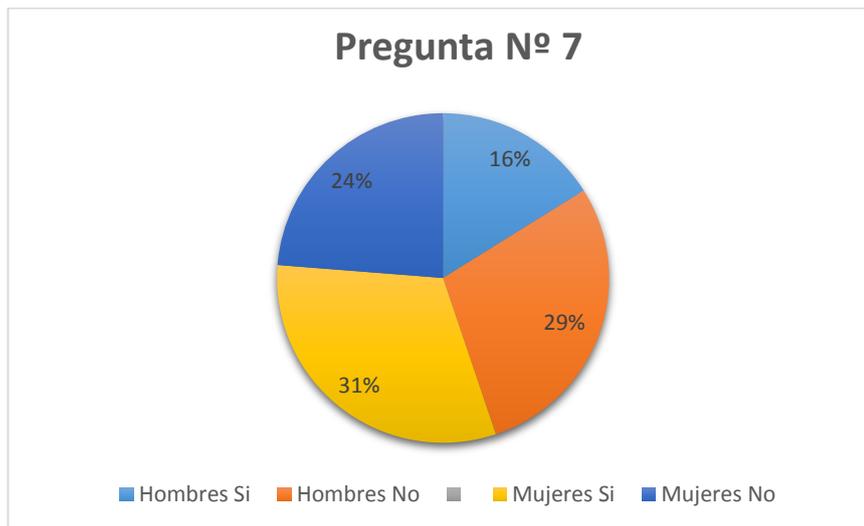


Figura13: Pastel, Pregunta 7
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Quezada Katherine

Análisis

Se puede observar que la población dice conocer los derechos hacia víctimas de violencia sin embargo no se cumplen ya que se observa que existe un porcentaje muy alto de violencia hacia las mismas, persuadir a la ciudadanía para que haga respetar sus derechos es una opción que ayudaría a disminuir los casos.

Pregunta 8

8.- ¿Le gustaría que le informen acerca de las leyes que amparan a mujeres víctimas de violencia?

Tabla 16: Respuestas encuesta, Pregunta 8

Respuestas	Hombres	Mujeres
SI	151	135
NO	19	72
TOTAL	170	214

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Quezada Katherine

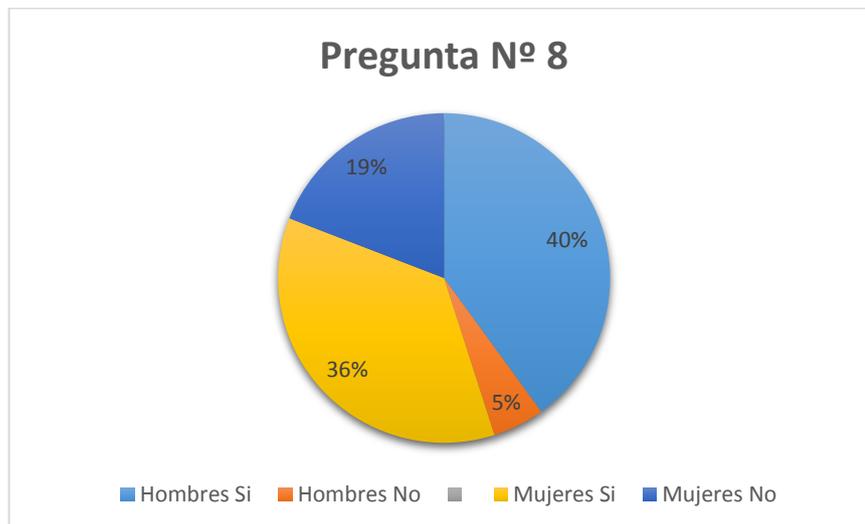


Figura14: Pastel, Pregunta 8
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Quezada Katherine

Análisis

Podemos observar que la población se encuentra interesada en conocer los derechos que amparan a víctimas de violencia, es decir que la población está dispuesta a generar cambios en su actitud en Pro de la sociedad.

Pregunta 9

9.- ¿Está de acuerdo en que se realicen campañas para combatir la violencia hacia la mujer?

Tabla 17: Respuestas encuesta, Pregunta 9

Respuestas	Hombres	Mujeres
SI	132	201
NO	38	8
TOTAL	170	214

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Quezada Katherine

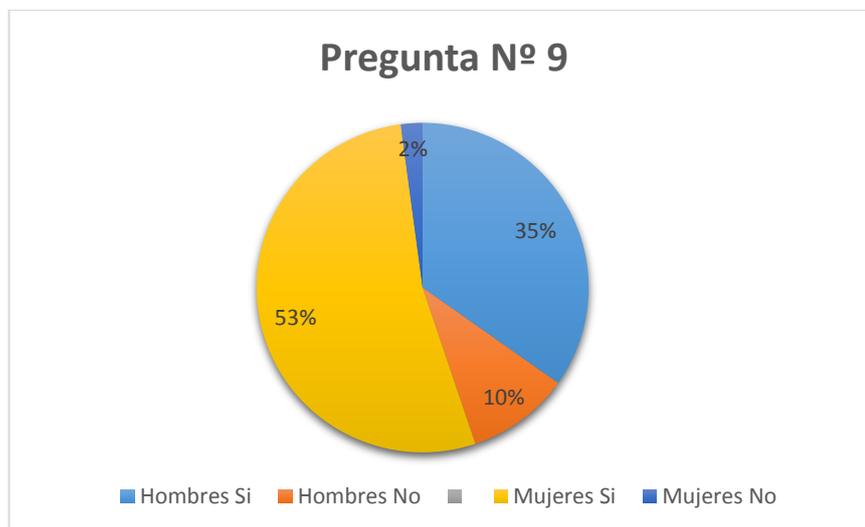


Figura 15: Pastel, Pregunta 9
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Quezada Katherine

Análisis

Podemos observar que la realización de una Campaña tendría gran acogida en el sector ya que un porcentaje muy elevado se encuentra de acuerdo en que se realicen este tipo de campañas.

5.03 Formulación del proceso de aplicación

5.03.01. Área Publicitaria

5.03.01.01. Imagen Corporativa

5.03.01.02. Logotipo

El logotipo “Basta de Violencia” está compuesto por una mano la misma que proyecta un alto o basta. El corazón intenta proyectar amor para generar conciencia sobre el tema. Se utiliza una tipografía juvenil, libre, que conjunto con los colores usados transmiten paz y seriedad a la misma vez. Con el fin de que nuestro público objetivo se sienta confianza y pueda identificarse.



Figura 16: Logotipo, Basta de violencia.
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Quezada Katherine

5.03.01.03. Fuentes utilizadas en el logotipo

La tipografía principal utilizada en el logotipo es “Corbel”, se escogió esta tipografía ya que transmite libertad, confianza, es de lectura rápida y fácil. Aporta un estilo juvenil y sobrio a la vez conjuntamente con los colores utilizados.

Fuente: Corbel

Mayúsculas: ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Minúsculas: abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Números: 0123456789

Signos: "°!'"·\$%&/()=?¿¡'@

5.03.01.04. Guía de Color (Cromática)

A continuación, se expone los colores utilizados en la elaboración del logotipo.

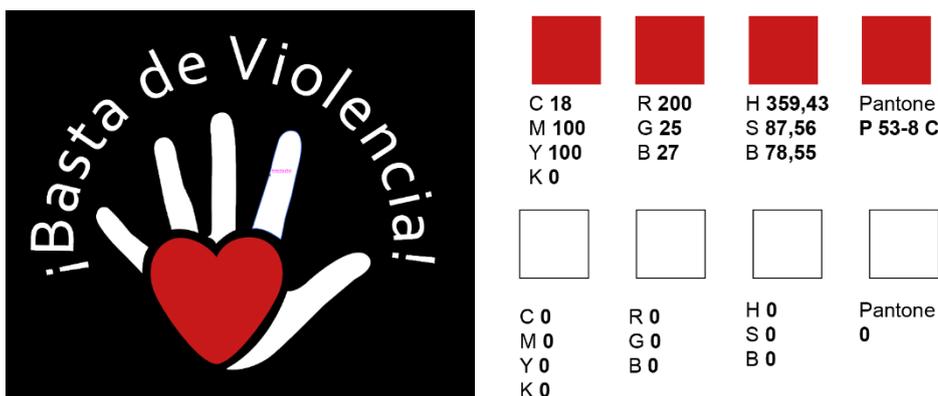


Figura 17: Logotipo, Guía de color
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Quezada Katherine

5.03.01.05. Grafimetría

Este es el modelo de construcción del logotipo. Cada módulo representa un cuadrado perfecto en base a la medida del corazón que forma parte de el mismo.

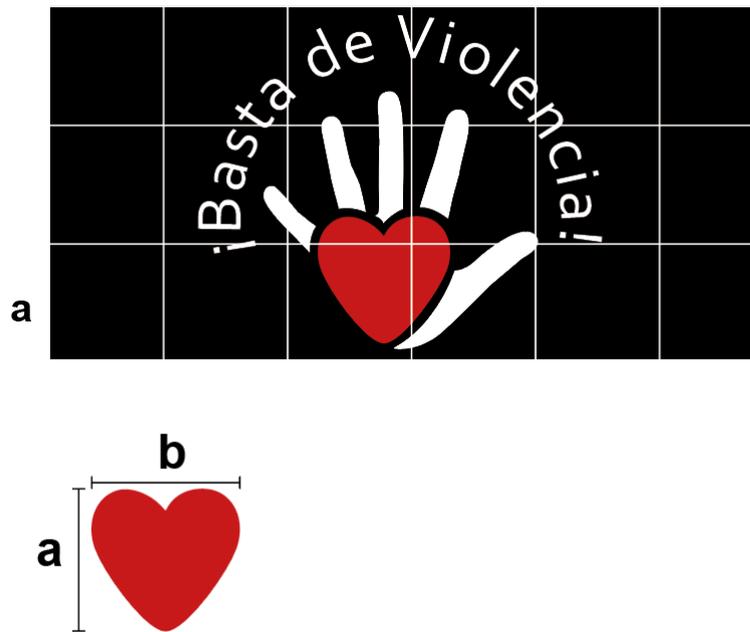


Figura 17: Grafimetría, Logotipo
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Quezada Katherine

5.03.01.06. Logotipo y aplicaciones correctas

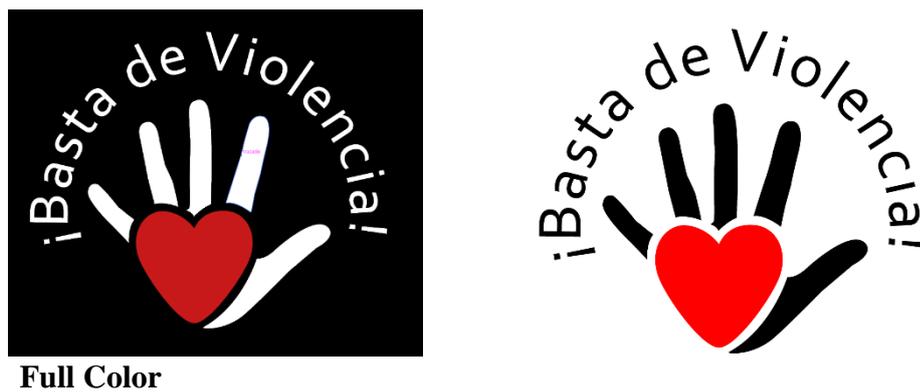


Figura 18: Logotipo Full Color
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Quezada Katherine

Positivo



Figura 19: Logotipo en Positivo
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Quezada Katherine

Negativo



Figura 20: Logotipo en Negativo
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Quezada Katherine

Escala de Grises



Figura 21: Logotipo en Escala de Grises
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Quezada Katherine

5.03.01.07. Usos incorrectos

No se admite bajo ninguna circunstancia la alteración del logotipo estiramiento, cambio de posición de los elementos, cambio de colores a excepción de los descritos anteriormente. Para hacer uso del logotipo se debe hacer previa revisión de los usos correctos descritos en este documento.

5.03.02. Brief Publicitario

La presente Campaña Publicitaria se ha diseñado con el fin de informar a la comunidad de Calderón, sobre los tipos de violencia de género existentes dentro de la sociedad.

Esto debido a que cada vez son más frecuentes los casos de femicidio en el sector, sin embargo, las víctimas no se atreven a denunciar por cuestión de miedo, ya que tienen conocimiento de los derechos que las amparan. Llegando a convertirse esta problemática en un estereotipo que pasa de generación en generación.

También se quiere dar a conocer las víctimas detrás de las víctimas; es decir que cuando ocurre algún tipo de maltrato o femicidio detrás de las víctimas hay personas que sufren el maltrato que están presenciando.

Con esto se pretende concientizar a la población para que contribuya a la solución de esta problemática dando a conocer los distintos tipos de violencia que son considerados dentro de la ley ecuatoriana.

Así de esta manera se trata de incentivar a víctimas de violencia para que denuncien a sus agresores y también informarles que cualquier tipo de violencia puede desencadenar en el femicidio.

Grupo Objetivo

Género: Masculino / Femenino

Edad: 18-35 Años

Ubicación Geográfica: Parroquia de Calderón, Sector Norte de la Ciudad de Quito

Nivel Socioeconómico: Medio- Bajo

Ocupación: Indiferente

Análisis Psicográfico: El perfil de las personas a las que va dirigida la presente, generalmente son personas que tienen un nivel de vida Medio-Bajo, y son asignados con estereotipos de género según sean hombre o mujer. Son estudiantes universitarios, trabajadores en distintas áreas, pero también para personas jóvenes

dedicadas a las labores domésticas, las mismas que pueden o no haber sufrido de alguna manera violencia.

También podemos decir que se encuentran conectados con la tecnología ya que por el hecho de aún ser personas jóvenes utilizan las redes sociales como medio de distracción o comunicación. Los mismos que son usados en horarios de la tarde y noche principalmente, esto debido a sus diferentes obligaciones laborales o estudiantiles que cumplen.

Tienden a ser personas con actitud de cambio, es decir que están dispuestas a aportar a la sociedad con cambios personales, de alguna manera están dispuestas a romper los esquemas que les fueron asignados en su etapa de formación.

5.03.02.01. Problemas Comunicacionales

Información: Desconocimiento por parte de población sobre los tipos de violencia existentes, causas y efectos que puede acarrear.

Persuasión: No sé a incentivado a generar un cambio positivo en la población.

Mantenimiento: No se han realizado estrategias para que la población recuerde la problemática.

5.03.02.02 Estrategias Comunicacionales

Información: Informar a la población del Sector de Calderón sobre los diferentes tipos de violencia existentes y que pueden hacer en caso de sufrir alguno de ellos. Esto se lo realizará mediante infografías y afiches que serán difundidas y

estas a su vez redireccionaran a Facebook e Instagram para exponer más información.

Persuasión: Mostrar imágenes en contra de la violencia, para que la población identifique la violencia e incentivarlos para que denuncien y de esta manera generar un cambio positivo en la sociedad. Se lo realizara mediante publicaciones en Instagram. Y a su vez estas publicaciones nos redireccionaran a youtube.

Mantenimiento: Se realizará una activación BTL, la misma que contendrá información a través de cual la ciudadanía podrá informarse acerca de la problemática. Adicionalmente se entregarán pulseras con frases motivadoras, y Dípticos que contendrán Información acerca del tema y estos con el código QR llevarán a la página de Facebook.

Podrán escanear un código QR, que los re-direccionará a la página de Facebook, Instagram y Youtube en la cual obtendrán información complementaria e informativa.

5.04. Estrategia Creativa

Beneficio Emocional: Valentía, Femenina, Fuerza, Poder.

Mensaje Básico: Mujeres, libres de violencia.

Tono: Agresivo.

Estilo: Semiformal

Insight: Yo digo, libres de violencia

Eje de campaña: Ya basta, yo digo no

5.04.01 Reason Why:

Beneficio Emocional: Uno de los objetivos principales dentro del presente proyectos es generar fuerza a mujeres que de alguna manera sufran violencia, para que se sientan respaldadas y no callen los abusos de los cuales son víctimas.

Mensaje Básico: Se escogió el presente mensaje ya que se sabe que un acto de violencia sea cual sea, puede llegar a desencadenar en un femicidio, lo que se busca es intentar generar conciencia para que no existan más muertes por femicidios.

Tono: Agresivo, ya que se quiere transmitir fuerza y valentía a nuestro público objetivo.

Estilo: Semiformal, ya que nuestro público objetivo son personas jóvenes y se trata de alguna manera de ajustarnos a sus maneras de comunicación.

Slogan: ¡Basta de violencia!

5.04.02 Diseño de piezas gráficas

5.04.02.01 Afiche



Figura 22: Afiche

Fuente: Propia

Elaborado por: Quezada Katherine

5.04.02.02 Infografía



Figura 23: Infografía
Fuente: Fuente: Propia
Elaborado por: Quezada Katherine

5.04.02.03 Portada Facebook



Figura 24: Portada Facebook
Fuente: Fuente: Propia
Elaborado por: Quezada Katherine

5.04.02.04 Perfil Facebook



Figura 25: Perfil Facebook
Fuente: Fuente: Propia
Elaborado por: Quezada Katherine

5.04.02.05 Publicación Facebook Semana 1



Figura 26: Publicación Facebook Semana 1
Fuente: Fuente: Propia
Elaborado por: Quezada Katherine

DESARROLLO DE UN PLAN DE DIFUSIÓN SOCIAL PARA CONCIENTIZAR SOBRE LA VIOLENCIA EN CONTRA DE LA MUJER EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

5.04.02.06 Publicación Facebook Semana 2



Figura 27: Publicación Facebook Semana 2

Fuente: Fuente: Propia

Elaborado por: Quezada Katherine

5.04.02.07 Publicación Facebook Semana 3



Figura 28: Publicación Facebook Semana 3

Fuente: Fuente: Propia

Elaborado por: Quezada Katherine

5.04.02.08 Publicación Facebook Semana 4



Figura 29: Publicación Facebook Semana 4
Fuente: Fuente: Propia
Elaborado por: Quezada Katherine

5.04.02.09 Publicación Facebook Semana 5



Figura 30: Publicación Facebook Semana 5
Fuente: Fuente: Propia
Elaborado por: Quezada Katherine

DESARROLLO DE UN PLAN DE DIFUSIÓN SOCIAL PARA CONCIENTIZAR SOBRE LA VIOLENCIA EN CONTRA DE LA MUJER EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

5.04.02.10 Publicación Facebook Semana 6



Figura 31: Publicación Facebook Semana 6

Fuente: Fuente: Propia

Elaborado por: Quezada Katherine

5.04.02.11 Publicación Facebook Semana 7



Figura 32: Publicación Facebook Semana 7

Fuente: Fuente: Propia

Elaborado por: Quezada Katherine

DESARROLLO DE UN PLAN DE DIFUSIÓN SOCIAL PARA CONCIENTIZAR SOBRE LA VIOLENCIA EN CONTRA DE LA MUJER EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

5.04.02.12 Publicación Facebook Semana 8



Figura 33: Publicación Facebook Semana 8

Fuente: Fuente: Propia

Elaborado por: Quezada Katherine

5.04.02.13 Publicación Facebook Semana 9



Figura 34: Publicación Facebook Semana 9

Fuente: Fuente: Propia

Elaborado por: Quezada Katherine

5.04.02.14 Publicación Facebook Semana 10



Figura 35: Publicación Facebook Semana 10

Fuente: Fuente: Propia

Elaborado por: Quezada Katherine

5.04.02.15 Publicación Facebook Semana 11



Figura 36: Publicación Facebook Semana 11

Fuente: Fuente: Propia

Elaborado por: Quezada Katherine

DESARROLLO DE UN PLAN DE DIFUSIÓN SOCIAL PARA CONCIENTIZAR SOBRE LA VIOLENCIA EN CONTRA DE LA MUJER EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

5.04.02.16 Publicación Facebook Semana 12



DENUNCIA LA VIOLENCIA

Física Psicológica Sexual Económica Patrimonial

Qué hacer frente a la violencia contra la mujer?

 *Vaya a la Fiscalía más cercana y ponga una denuncia también puede acudir Consejo de la Judicatura.*

Si es una emergencia, llame al ECU 911.

Si necesita protección llame a la Policía al 911.

 **ECU** SERVICIO INTEGRADO DE SEGURIDAD
911

 **Defensoría Pública**
Sin defensa no hay justicia

Si necesita asesoría legal u otro tipo de información para su seguridad llame a la Defensoría Pública al 151.

Si el agresor es visto en delito flagrante por algún miembro de la Policía Nacional es detenido e inmediatamente

 *Está en tus manos...*

Figura 37: Publicación Facebook Semana 12

Fuente: Fuente: Propia

Elaborado por: Quezada Katherine

5.04.02.17 Estrategia Redes Sociales

Objetivo: Brindar información relevante a los jóvenes acerca de la violencia hacia la mujer. Incentivar a víctimas a que denuncie si sufren algún tipo de violencia. Esto dentro de un periodo de 3 meses.

Objetivo Específicos

- Contribuir a las campañas realizadas, con el fin de generar interés en la población sobre la violencia hacía la mujer.
- Conformar una comunidad en Facebook que se sienta interesada en contribuir positivamente para dar un aporte en cuanto a la erradicación de la violencia hacía la mujer.
- Crear un estilo fácil de entender, para que la población comprenda que las instituciones públicas brindan apoyo en casos de violencia hacia la mujer.
- Lograr que la gente nos apoye este tipo de campañas y se inmiscuya más en el tema, para que no lo vean alejado a su entorno.

Tono: Amigable

Ejes temáticos: Tipos de violencia
Identificar Agresor
Mensaje Motivación
¿Sabías que?

5.04.02.18 Calendario Conversacional Facebook.

Tabla 18: Calendario conversacional para Facebook

Semana	Horario	Mensaje
Semana 1	Tarde	Mensaje de lanzamiento
Semana 2	Tarde	Mensaje demostración igualdad
Semana 3	Tarde	Víctimas detrás de víctimas.
Semana 4	Tarde	Igualdad de género
Semana 5	Tarde	En que consiste la violencia Física
Semana 6	Tarde	En que consiste la violencia Sexual
Semana 7	Tarde	En que consiste la violencia Económica - Laboral
Semana 8	Tarde	En que consiste la violencia Patrimonial
Semana 9	Tarde	En que consiste la violencia Psicológica
Semana 10	Tarde	En que consiste la violencia Política
Semana 11	Tarde	Ciclo de la violencia
Semana 12	Tarde	¿Qué hacer frente a la violencia?

5.04.02.19 Posts de campaña Facebook

- Imagen: Manos sin cadena. / Copy: Todos merecemos ser libres #bastadeviolencia, ¿Necesitas ayuda? Acércate al centro de equidad y justicia Calderón. Ubicado en Carapungo Av. Geovanny Calles y Padre Luis Vaccari. (Junto a la Administración Calderón) Contactos: 3952 300. Ext. 17466
- Imagen: Comparación hombre y mujer. / Copy: Mi voz y mi opinión son tan importantes como las tuyas. #YO_SOY_LIBRE. #SOMOS_IGUALES
- Imagen: Mujer Rota por violencia (Víctimas inocentes). / Copy: Tus hijos sienten el mismo miedo y dolor que tu sientes cada vez que te maltrata di #bastadeviolencia, Merecen felices.
- Imagen: Igualdad de género / Copy: Mujeres y Hombres merecemos el mismo trato y educación lo que hago yo lo puedes hacer tú. #SOMOSIGUALES #SINVIOLENCIA

- Imagen: Demostración Violencia Física / Copy: Libérate es más fácil de lo que parece. Estamos para ayudarte y asesorarte legalmente. #SINGOLPES #SINVIOLENCIA #ASESORIALEGALGRATUITA. Comunícate: 099 992 8032
- Imagen: Demostración violencia sexual. / Copy: Tu cuerpo es tuyo, tú decides hoy, mañana y siempre, nadie tiene derecho sobre él. #MEHAGORESPETAR #NOMASABUSO #YODENUNCIO
- Imagen: Demostración violencia económica laboral. / Copy: ¿Es tu caso? Nosotros te respaldamos #ASESORÍA_Y_PATROCINIO_LEGAL, #No_te_calles. Contactos: 3952 300. Ext. 17466 (Centro de Equidad y Justicia)
- Imagen: Demostración violencia patrimonial. / Copy: Son mis bienes, yo los manejo, yo los administro. #Yo_puedo_hacerlo #Soy_libre #Vivo sin violencia.
- Imagen: Demostración violencia psicológica / Copy: Quiéreme en voz baja, con caricias, respeto. No necesito tus gritos, no necesito tus insultos. #Hoy_digo_no_mas_violencia #Soy_libre. Necesitas más información: https://www.instagram.com/basta_de_violencia_calderon/?hl=es (Siguenos)
- Imagen: Demostración violencia política / Copy: Yo soy capaz, yo quiero, yo puedo. #Vivamos_sin_violencia #Vivamos_libres. Quieres saber más sobre la #violencia: https://www.instagram.com/basta_de_violencia_calderon/?hl=es

- Imagen: Demostración ciclo de la violencia / Copy: Identifica a tu agresor. Y si este es tu caso rompe el #ciclo no más #violencia #SOMOSLIBRES. Te ayudamos, te respaldamos, visitanos:

https://www.instagram.com/basta_de_violencia_calderon/?hl=es

- Imagen: DENUNCIA / Copy: ¿Identificaste a tu agresor? OBSERVA esta imagen, te brindamos ayuda. #PROTEJE a los tuyos. Ellos te necesitan #viva.

5.04.02.20 Foto Perfil Instagram

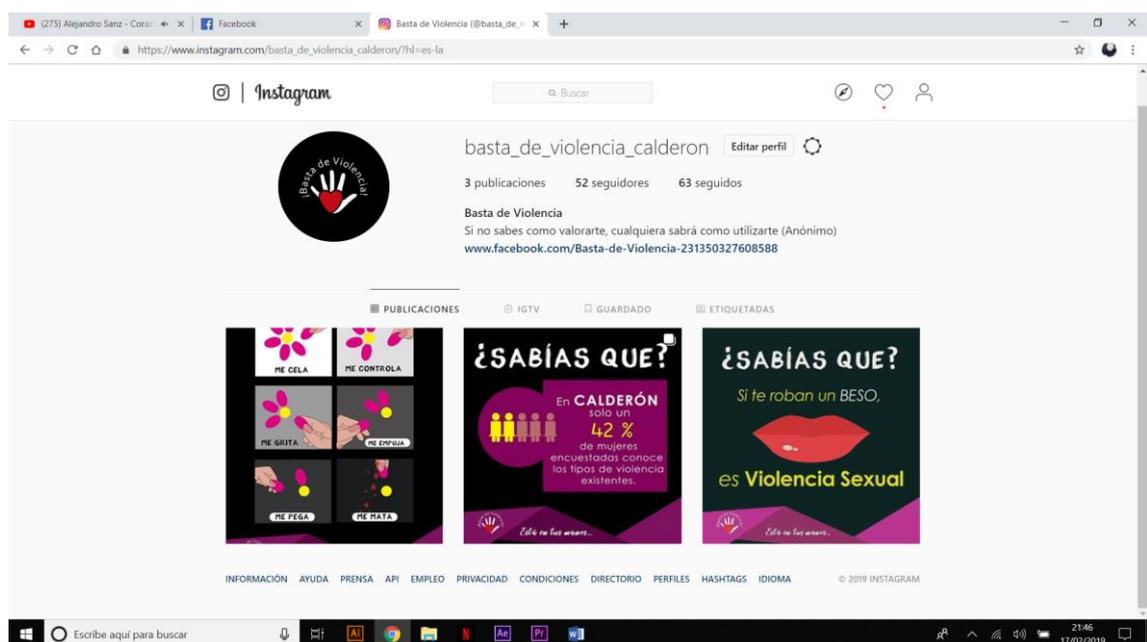


Figura 38: Perfil de Instagram
Fuente: Fuente: Propia
Elaborado por: Quezada Katherine

5.04.02.21 Publicación Instagram Semana 1

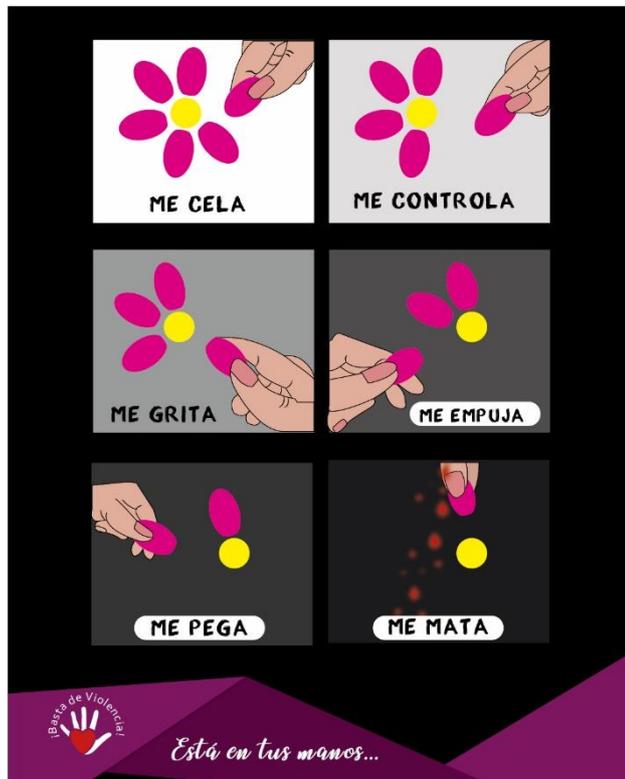


Figura 39: Publicación Instagram semana 1
Fuente: Fuente: Propia
Elaborado por: Quezada Katherine

5.04.02.22 Publicación Instagram Semana 2

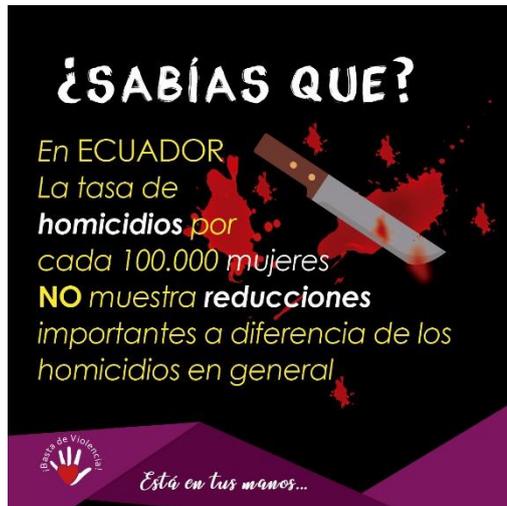


Figura 40: Publicación Instagram semana 2
Fuente: Fuente: Propia
Elaborado por: Quezada Katherine

5.04.02.23 Publicación Instagram Semana 3

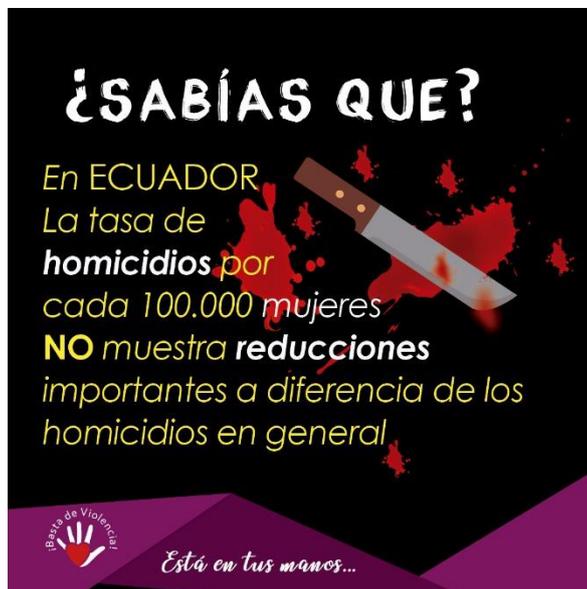


Figura 41: Publicación Instagram semana 3
Fuente: Fuente: Propia
Elaborado por: Quezada Katherine

5.04.02.24 Publicación Instagram Semana 4



Figura 42: Publicación Instagram semana 4

Fuente: Fuente: Propia

Elaborado por: Quezada Katherine

5.04.02.25 Publicación Instagram Semana 5



Figura 43: Publicación Instagram semana 5

Fuente: Fuente: Propia

Elaborado por: Quezada Katherine

5.04.02.26 Publicación Instagram Semana 6



Figura 44: Publicación Instagram semana 6

Fuente: Fuente: Propia

Elaborado por: Quezada Katherine

5.04.02.27 Publicación Instagram Semana 7



Figura 45: Publicación Instagram semana 7

Fuente: Fuente: Propia

Elaborado por: Quezada Katherine

5.04.02.28 Publicación Instagram Semana 8



Figura 46: Publicación Instagram semana 8

Fuente: Fuente: Propia

Elaborado por: Quezada Katherine

5.04.02.29 Publicación Instagram Semana 9



Figura 47: Publicación Instagram semana 9

Fuente: Fuente: Propia

Elaborado por: Quezada Katherine

DESARROLLO DE UN PLAN DE DIFUSIÓN SOCIAL PARA CONCIENTIZAR SOBRE LA VIOLENCIA EN CONTRA DE LA MUJER EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

5.04.02.30 Publicación Instagram Semana 10



Figura 48: Publicación Instagram semana 10

Fuente: Fuente: Propia

Elaborado por: Quezada Katherine

5.04.02.31 Publicación Instagram Semana 11

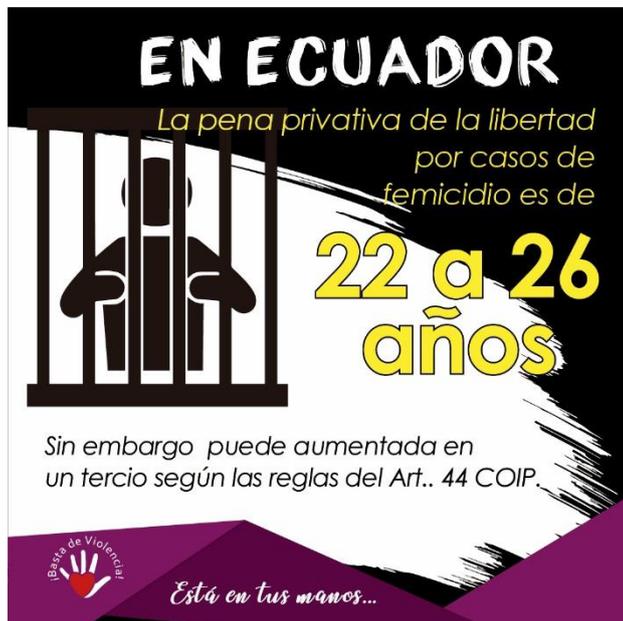


Figura 49: Publicación Instagram semana 11

Fuente: Fuente: Propia

Elaborado por: Quezada Katherine

5.04.02.32 Publicación Instagram Semana 12



Figura 50: Publicación Instagram semana 12

Fuente: Fuente: Propia

Elaborado por: Quezada Katherine

5.04.02.33 Calendario Conversacional Instagram.

Tabla 19: Calendario conversacional para Instagram

Semana	Horario	Mensaje
Semana 1	Tarde	¿Sabías que?
Semana 2	Tarde	Consecuencia de la violencia.
Semana 3	Tarde	¿Sabías que?
Semana 4	Tarde	¿Sabías que?
Semana 5	Tarde	Mensaje de advertencia sobre la violencia
Semana 6	Tarde	Víctimas inocentes
Semana 7	Tarde	¿Sabías que?
Semana 8	Tarde	Gratitud en procesos de denuncia
Semana 9	Tarde	Denuncia
Semana 10	Tarde	Víctimas inocentes
Semana 11	Tarde	COIP (Ley)
Semana 12	Tarde	Denuncia

Fuente: Fuente: Propia

Elaborado por: Quezada Katherine

5.04.02.34 Díptico



Figura 51: Díptico Tiro
Fuente: Fuente: Propia
Elaborado por: Quezada Katherine



Figura 52: Díptico Retiro
Fuente: Fuente: Propia
Elaborado por: Quezada Katherine

DESARROLLO DE UN PLAN DE DIFUSIÓN SOCIAL PARA CONCIENTIZAR SOBRE LA VIOLENCIA EN CONTRA DE LA MUJER EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

5.04.02.35 Material POP



Figura 53: Pulseras

Fuente: Fuente: Propia

Elaborado por: Quezada Katherine

5.04.02.36 Stand BTL



Figura 54: Stand BTL

Fuente: Fuente: Propia

Elaborado por: Quezada Katherine

5.04.02.32 Captura de pantalla You Tube

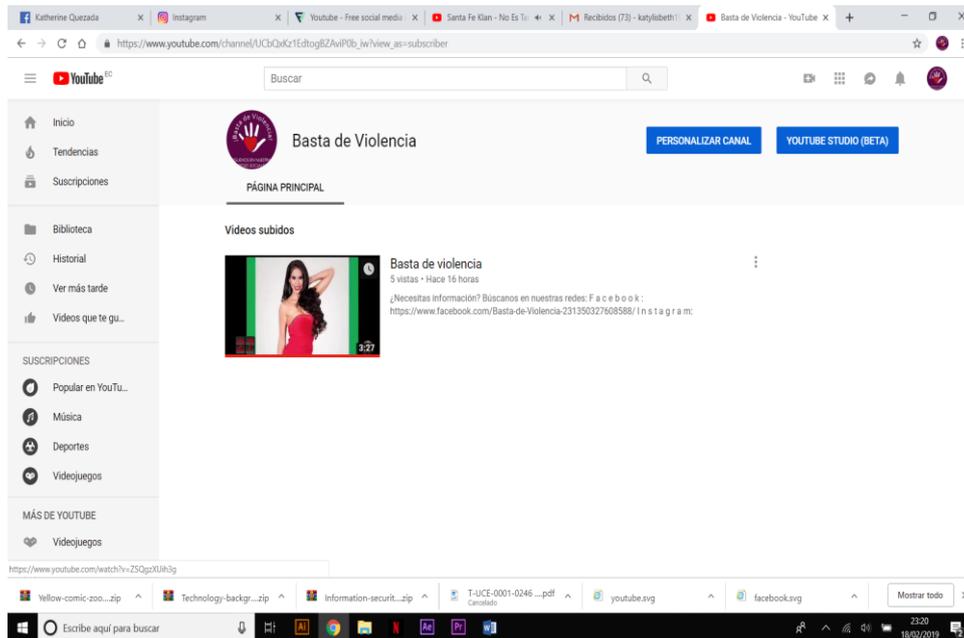


Figura 55: Captura de Pantalla You Tube

Fuente: Fuente: Propia

Elaborado por: Quezada Katherine

5.04.03 Plan y Estrategia de Medios

Campaña: Violencia en contra de la mujer.

Slogan: ¡Basta de violencia!

Periodo de campaña: 3 meses

5.04.03.04. Flow Chart

Tabla 23: Presupuesto de producción

PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN	
MEDIOS PRINCIPALES	
SOPORTE	DISEÑO
Facebook	\$250
Instagram	\$250
SUBTOTAL	\$500
MEDIOS SECUNDARIOS	
Afiche	\$16
Infografía	\$16
SUBTOTAL	\$ 32
MEDIOS AUXILIARES	
Stand	\$75
Díptico	\$16
Pulseras	\$16
Video Youtube	\$ 40
SUBTOTAL	\$147
TOTAL PRESUPUESTO DE PAUTAJE	
MEDIOS PRINCIPALES	\$ 500
MEDIOS SECUNDARIOS	\$32
MEDIOS AUXILIARES	\$147
TOTAL	\$ 679

Fuente: Fuente: Propia

Elaborado por: Quezada Katherine

Tabla 24: Presupuesto de Pautaje

PRESUPUESTO DE PAUTAJE			
MEDIOS PRINCIPALES			
Promoción Fan Page			
Tiempo	Valor Diario	Valor al Mes	Total
92 días	\$ 5	\$153,33	\$460
Publicaciones Facebook			
Tiempo	Valor Diario	Valor al Mes	Total
84 días	\$4,28	\$120	\$360
Publicaciones Instagram			
Tiempo	Valor Diario	Valor al Mes	Total
84 días	\$4,28	\$120	\$360
TOTAL MEDIOS PRINCIPALES			\$1,180
MEDIOS SECUNDARIOS			
Afiche			
Formato	Cantidad	Subtotal	12% IVA
33cm*48,3cm	300	\$90	\$10,80
TOTAL			\$ 100,80
Infografía			
Formato	Cantidad	Subtotal	12% IVA
33cm*48,3cm	150	\$ 150	\$18
TOTAL			\$ 168
TOTAL MEDIOS SECUNDARIOS			\$268,80
MEDIOS AUXILIARES			
Stand			
Formato	Cantidad	Subtotal	12% IVA
Stand	1	1500	180
TOTAL			\$ 1580
Díptico			
Formato	Cantidad	Subtotal	12% IVA
21cm*15cm	500	\$100	\$12
TOTAL			\$ 112
Pulseras			
Formato	Cantidad	Subtotal	12% IVA
20cm*1,5cm	300	\$72	\$8,64
TOTAL			\$ 80,64
Video			
Formato	Cantidad	Subtotal	12% IVA
Video	1	90	\$10,80
TOTAL			\$100,80
TOTAL MEDIOS AUXILIARES			\$ 1873,44
TOTAL PRESUPUESTOS DE PAUTAJE			
MEDIOS PRINCIPALES			\$1,180
MEDIOS SECUNDARIOS			\$268,80
MEDIOS AUXILIARES			\$ 1873,44
TOTAL			\$ 3322,24

DESARROLLO DE UN PLAN DE DIFUSIÓN SOCIAL PARA CONCIENTIZAR SOBRE LA VIOLENCIA EN CONTRA DE LA MUJER EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

Tabla 25: Flow Chart

FLOW CHART		
MEDIOS PRINCIPALES		
Fan Page	\$ 460	
Facebook Publicaciones	\$360	
Instagram	\$ 360	
SUBTOTAL	\$1180	
MEDIOS SECUNDARIOS		
Afiche	\$ 100,80	
Infografía	\$ 168	
SUBTOTAL	\$ 268,80	
MEDIOS AUXILIARES		
Stand	\$ 1580	
Díptico	\$ 112	
Pulsera	\$ 80,64	
video	\$ 100,80	
SUBTOTAL	\$ 1873,44	
SUBTOTAL MEDIOS	\$ 3322,44	
PRESUPUESTOS DE PRODUCCION	\$ 679	
TOTAL MEDIOS + PRODUCCIÓN	\$ 4001,24	
10% IMPREVISTOS	\$ 480,14	
TOTAL CAMPAÑA	\$ 4481,38	

Fuente: Fuente: Propia

Elaborado por: Quezada Katherine

CAPÍTULO VI

6. Aspectos Administrativos

6.01. Recursos

6.01.01. Técnicos – Tecnológico

Para el desarrollo y elaboración del presente proyectos se utilizaron los siguientes recursos Técnicos-Tecnológicos:

- Adobe Ilustrador
- Adobe Photoshop
- Impresora
- Microsoft Word
- Laptop Dell

6.01.02. Humano

Autor del proyecto: Katherine Quezada

Tutor: Anaya Cruz

6.01.03. Económico

“Los recursos económicos son los medios materiales o inmateriales que permiten satisfacer ciertas necesidades dentro del proceso productivo o la actividad comercial de una empresa.” Lo que implica una inversión de dinero para la

consecución del presente proyecto. Autor del Proyecto: Parra Cisneros Milton Xavier. (definición.de, 2016)

La inversión económica para el desarrollo del presente proyecto será propia del investigador.

6.02. Presupuesto

6.02.01. Gastos Operativos

Tabla 25: Gastos Operativos.

Concepto	Valor		Financiación		
	Valor Unitario	Cantidad	Empresa	Estudiante	TOTAL
1.- Bibliografía					
a)Impresiones	\$0,25	150		X	\$37.50
b)Internet	\$0,60	70		X	\$42
c)Fotocopias	\$0.03	40		X	\$1.20
2.- Viajes y Viáticos					
a)Transporte	\$0.25	80		X	\$ 20
3.- Analisis y manejo de Información					
a)Equipo Computacional	\$1200	1		X	\$1200
b)Software	\$8	1		X	\$8
4.- Documento final					
a)Empaste	\$50	1		X	\$50
b) Impresión CD	\$ 3.00	1		X	\$3.00
TOTAL					\$1361.70

Fuente: Fuente: Propia

Elaborado por: Quezada Katherine

6.03. Cronograma

Tabla 27: Cronograma de Actividades.

N°	Actividad	Resp.	Tiempo				Resultados Esperados	
			MES	Semana				
				1	2	3	4	
1	Antecedentes	Autor	Julio		X			Recolección de información acerca del tema.
2	Análisis de Involucrados	Autor	Julio			X		Clasificar las diferentes entidades que formarán parte del proyecto.
3	Problemas y Objetivos	Autor	Agosto	X				Analizar los diferentes problemas percibidos, para poder visualizar nuestros objetivos.
4	Análisis de Alternativas	Autor	Agosto	X				Realizar un análisis para poder obtener soluciones y poder cumplir nuestros objetivos.
5	La Propuesta	Autor	Septiembre		X	X	X	Presentar los diferentes artes con respecto al tema.
6	Aspectos Administrativos	Autor	Septiembre	X		X		Plantear costos de producción y del proyecto.
7	Conclusiones y Recomendaciones	Autor	Octubre			X	X	Definir las conclusiones obtenidas una vez realizado el proyecto.

Fuente: Fuente: Propia

Elaborado por: Quezada Katherine

CAPÍTULO VII

7. Conclusiones y Recomendaciones

7.01 Conclusiones

Una vez concluido el desarrollo del presente proyecto se puede concluir los siguientes puntos.

- El público al que fue dirigida el Plan de difusión Social tendrá conocimiento sobre los tipos de violencia existentes y los que contempla la ley en Ecuador.
- En base a las publicaciones se generará conciencia acerca de la violencia que muchas mujeres sufren.
- Las mujeres podrán reconocer los tipos de violencia, y en caso de que sufran alguna de ellas podrán identificarlo y denunciarlo a tiempo es por ello que es de vital importancia para la comunidad de Calderón ya que se identificó que en su mayoría las mujeres han sufrido algún tipo de violencia.
- En base a las publicaciones se mostrará que cuando una mujer es víctima de violencia también puede ser afectada su familia como pueden ser sus hijos o padres.
- Las publicaciones también incentivarán a denunciar al agresor dando a conocer que si no se lo hace a tiempo podría desencadenar en un femicidio.

- Se concienciará sobre los estereotipos que se siguen transmitiendo de generación en generación incentivando a que se genere un cambio positivo en personas que aún creen que la posesión sobre una mujer es normal.
- Una vez que generada la conciencia sobre nuestro público, podremos incentivar a que se inmiscuyan en la problemática y aporten a la erradicación de esta problemática en nuestra sociedad.
- Debido a que el presente proyecto se desarrolla en redes sociales podremos llegar a la población más joven de la parroquia de Calderón y así asegurar que en un futuro la violencia en contra de la mujer disminuya considerablemente formando Hombres y Mujeres consientes sobre la igualdad de género, sin importar su condición social, económica, laboral o cultural entendiendo que se puede convivir en un ambiente tranquilo libre de violencia.

7.01.02 Recomendaciones

Una vez finalizado el presente proyecto se recomienda lo siguiente:

- Continuar con la elaboración de Planes de Difusión con fin de contribuir a la erradicación de la violencia en contra de la mujer
- Dar el uso correcto a las artes gráficas.
- Realizar artes gráficas que contribuyan al mantenimiento del mensaje difundido.
- Interactuar con los seguidores de nuestras redes sociales, con el fin de crear una comunidad que se sienta atendida y respaldada.

-
- Seguir generando nuevas estrategias para difundir el mensaje, con el fin de mantenernos en la mente del público.
 - Colocar artes impresos en lugar con gran afluencia de gente para poder llegar a la población de la parroquia de calderón.
 - Mantenerse informado sobre la ley para poder dar una correcta información a nuestros seguidores.
 - Informarse sobre lugar a los cuales pueden acudir mujeres víctimas de violencia para poder informar a donde pueden acudir nuestros seguidores en caso de que sean víctimas de violencia.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Arévalo, A. Y. (2012). *Material P.O.P.: Publicidad en punto de venta*. ECOE EDICIONES.
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2004). *El Marco Lógico para el Diseño de Proyectos*. Washington, DC.
- Calvache, A. J. (2016). *Repositorio Digital UCE*. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/6158/1/T-UCE-0009-544.pdf>
- Cardoso, J. (2017). *Academia.edu*. Obtenido de https://www.academia.edu/8957922/Que_es_Adobe_Photoshop_y_para_que_sirve
- Carretero, A. L. (27 de Agosto de 2014). *CREATIVOS ONLINE*. Obtenido de Adobe Illustrator: Que es y para que sirve: <https://www.creativosonline.org/blog/adobe-illustrator-que-es-y-para-que-sirve.html>
- Design, R. (2011). *Pequeño diccionario del Diseñador* . e-ecuanta.com. (2017). *e-encuata.com*. Obtenido de <https://manager.e-encuesta.com/>
- GoogleMaps. (s.f.). *Google Maps*. Obtenido de Imagen 2: Captura de la ciudad de quito
- INEC. (2010). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/pichincha.pdf>
- Martín, R. M. (2010). *La ilustración desde la perspectiva de lo digital* . Colombia.
- Netquest. (s.f.). *Calculadoras Estadísticas*. Obtenido de <https://www.netquest.com/es/panel/calculadora-muestras/calculadoras-estadisticas>
- Pichincha, G. d. (s.f.). *Distrito Metropolitano de Quito*. Obtenido de <http://www.pichincha.gob.ec/pichincha/cantones/item/23-distrito-metropolitano-de-quito.html>
- Quito, U. S. (2012).
- Senplades. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Quito: Senplades.

USFQ. (2012). *Quito declara su flora y fauna patrimoniales y emblemáticas con colaboración de Profesores USFQ*. Quito.

Yamba, M. (1 de Junio de 2015). Recorrido virtual en 3D para el Centro de Arte Contemporáneo de Quito. (*Tesis de grado*). Cuenca: Universidad del Azuay.

Yamba-Yugsi, M., & Luján-Mora, S. (2017). Cursos MOOC: factores que disminuyen el abandono en los participantes. *Enfoque UTE*, 8(1), 1-15.

Zambrano, J. A. (2013). *Repositorio Institucional Universidad de Cuenca*. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/5011>

Alberto Durán (2014), recuperado de: <http://www.albertodeduran.es/wp-content/uploads/2014/08/1x05-Fundamentos-de-la-publicidad.pdf>

Recuperado de: <http://clasesmgs.blogspot.com/2011/03/campanas-concepto-tipos-y.html>

Recuperado de: <https://metodospublicitarios.com/tag/medios-publicitarios/>

Recuperado de: <https://todopublicidad.wordpress.com/2009/07/06/los-medios-publicitarios/>

Recuperado de: <http://www.antevenio.com/blog/2017/02/que-es-un-insight-definiciones-de-marketing/>

Recuperado de: <http://blogparaestudiantesdepublicidad.blogspot.com/2014/10/publicidad-concepto-o-eje-de-campana.html>

Recuperado de: <https://www.marketreal.es/2009/08/elegir-un-eje-de-comunicacion-emociones-o-informacion-como-fuente-de-persuasion-publicitaria/>

Julián Pérez Porto y Ana Gardey. Publicado: 2013. Recuperado de: <https://definicion.de/publico-objetivo/>

Escrito por Virginia Borges Recuperado de: <https://definicion.de/publico-objetivo/>

Recuperado de: <https://iiemd.com/planificacion/planificacion-de-medios/que-es-planificacion-de-medios>

Rubén Mañez Recuperado de http://rubenmanez.com/guia-plan-social-media-marketing/#Que_es_un_Plan_de_Social_Media_Marketing

Páez Cuba, L.D.:(2011) La violencia de género: una sistematización técnico-jurídica, Edición electrónica gratuita. Texto completo en www.eumed.net/libros/2011a/925/

Recuperado de: <http://www.estudiocriminal.eu/blog/ciclo-de-la-violencia-de-lenore-walker/>

Recuperado de: http://www.psicoterapeutas.com/violencia_de_genero.html

Recuperado de: <http://es.ccm.net/download/descargar-24564-adobe-illustrator-cc>

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>

Fiscalía. (2018). *Código Orgánico Integral Penal, COIP* . 2016, Recuperado de: <https://www.fiscalia.gob.ec/images/NuestrasPublicaciones/femicidiopc.pdf>

ANEXOS

Anexo 1: Encuestas

Encuesta

Introducción: La violencia de género es una manifestación de desigualdad y constante agresión que viven ciertas mujeres, el mismo que puede presentarse en el trabajo, con su compañero sentimental, o en la calle y en ciertos casos desencadena en un femicidio. Atentando contra el derecho a la libertad y a la vida que poseen todos los ciudadanos.

Objetivo: Con la presente encuesta se pretende recolectar información para poder desarrollar un proyecto en el cual se concientice a la población de Calderón sobre la violencia hacia la mujer, tipos de violencia existentes, derechos que posee las personas víctimas de violencia, etc.

TEMA: DESARROLLO DE UN PLAN DE DIFUSIÓN SOCIAL PARA CONCIENTIZAR SOBRE LA VIOLENCIA EN CONTRA DE LA MUJER EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN, SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

Género: Hombre Mujer

1.- ¿Conoce sobre la problemática de violencia de género?

SI NO

2.- ¿Ha sufrido algún tipo de violencia de género?

SI NO

3.- ¿Conoce los tipos de violencia existentes?

SI NO

4.- ¿A presenciado alguno de estos tipos de violencia?

Sexual
Física
Psicológica
Ninguna

5.- ¿Conoce alguna persona que sufra algún tipo de violencia?

SI NO

6.- ¿Ayudaría a alguna persona que esté sufriendo algún tipo de violencia?

SI NO

7.- ¿Tiene conocimiento de los derechos a favor de las mujeres que sufren algún tipo de violencia?

SI NO

8.- ¿Le gustaría que le informen acerca de leyes que amparan a mujeres víctimas de violencia?

SI NO

9.- ¿Está de acuerdo en que se realicen campañas para combatir la violencia hacia la mujer?

SI NO

Encuesta

Introducción: La violencia de género es una manifestación de desigualdad y constante agresión que viven ciertas mujeres, el mismo que puede presentarse en el trabajo, con su compañero sentimental, o en la calle y en ciertos casos desemboca en un feminicidio. Atestado contra el derecho a la libertad y a la vida que poseen todos los ciudadanos.

Objetivo: Con la presente encuesta se pretende recolectar información para poder desarrollar un proyecto en el cual se concientice a la población de Calderón sobre la violencia hacia la mujer, tipos de violencia existentes, derechos que posee las personas víctimas de violencia, etc.

TEMA: DESARROLLO DE UN PLAN DE DIFUSIÓN SOCIAL PARA CONCIENTIZAR SOBRE LA VIOLENCIA EN CONTRA DE LA MUJER EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN, SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

Género Hombre Mujer

1.- ¿Conoce sobre la problemática de violencia de género?

SI NO

2.- ¿Ha sufrido algún tipo de violencia de género?

SI NO

3.- ¿Conoce los tipos de violencia existentes?

SI NO

4.- ¿A presenciado alguno de estos tipos de violencia?

Sexual
Física
Psicológica
Ninguna

5.- ¿Conoce alguna persona que sufra algún tipo de violencia?

SI NO

6.- ¿Ayudaría a alguna persona que esté sufriendo algún tipo de violencia?

SI NO

7.- ¿Tiene conocimiento de los derechos a favor de las mujeres que sufren algún tipo de violencia?

SI NO

8.- ¿Le gustaría que le informen acerca de leyes que amparan a mujeres víctimas de violencia?

SI NO

9.- ¿Está de acuerdo en que se realicen campañas para combatir la violencia hacia la mujer?

SI NO

Encuesta

Introducción: La violencia de género es una manifestación de desigualdad y constante agresión que viven ciertas mujeres, el mismo que puede presentarse en el trabajo, con su compañera sentimental, o en la calle y en ciertos casos desemboca en un feminicidio. Atentado contra el derecho a la libertad y a la vida que poseen todas las ciudadanas.

Objetivo: Con la presente encuesta se pretende recolectar información para poder desarrollar un proyecto en el cual se concientice a la población de Calderón sobre la violencia hacia la mujer, tipos de violencia existentes, derechos que poseen las personas víctimas de violencia, etc.

TEMA: DESARROLLO DE UN PLAN DE DIFUSIÓN SOCIAL PARA CONCIENTIZAR SOBRE LA VIOLENCIA EN CONTRA DE LA MUJER EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN, SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

Género Hombre Mujer

1.- ¿Conoce sobre la problemática de violencia de género?

SI NO

2.- ¿Ha sufrido algún tipo de violencia de género?

SI NO

3.- ¿Conoce los tipos de violencia existentes?

SI NO

4.- ¿A presenciado alguna de estos tipos de violencia?

Sexual
Física
Psicológica
Ninguna

5.- ¿Conoce alguna persona que sufra algún tipo de violencia?

SI NO

6.- ¿Ayudaría a alguna persona que esté sufriendo algún tipo de violencia?

SI NO

7.- ¿Tiene conocimiento de los derechos a favor de las mujeres que sufren algún tipo de violencia?

SI NO

8.- ¿Le gustaría que le informen acerca de leyes que amparan a mujeres víctimas de violencia?

SI NO

9.- ¿Está de acuerdo en que se realicen campañas para combatir la violencia hacia la mujer?

SI NO

Encuesta

Introducción: La violencia de género es una manifestación de desigualdad y constante agresión que viven ciertas mujeres, el mismo que puede presentarse en el trabajo, con su compañera sentimental, o en la calle y en ciertos casos desencadena en un femicidio. Atestado contra el derecho a la libertad y a la vida que poseen todos los ciudadanos.

Objetivo: Con la presente encuesta se pretende recolectar información para poder desarrollar un proyecto en el cual se concientice a la población de Calderón sobre la violencia hacia la mujer, tipos de violencia existentes, derechos que posee las personas víctimas de violencia, etc.

TEMA: DESARROLLO DE UN PLAN DE DIFUSIÓN SOCIAL PARA CONCIENTIZAR SOBRE LA VIOLENCIA EN CONTRA DE LA MUJER EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN, SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

Género Hombre Mujer

1.- ¿Conoce sobre la problemática de violencia de género?

SI NO

2.- ¿Ha sufrido algún tipo de violencia de género?

SI NO

3.- ¿Conoce los tipos de violencia existentes?

SI NO

4.- ¿A presenciado alguno de estos tipos de violencia?

Sexual
Física
Psicológica
Ninguna

5.- ¿Conoce alguna persona que sufra algún tipo de violencia?

SI NO

6.- ¿Ayudaría a alguna persona que esté sufriendo algún tipo de violencia?

SI NO

7.- ¿Tiene conocimiento de los derechos a favor de las mujeres que sufren algún tipo de violencia?

SI NO

8.- ¿Le gustaría que le informen acerca de leyes que amparan a mujeres víctimas de violencia?

SI NO

9.- ¿Está de acuerdo en que se realicen campañas para combatir la violencia hacia la mujer?

SI NO

Encuesta

Introducción: La violencia de género es una manifestación de desigualdad y constante agresión que viven ciertas mujeres, el mismo que puede presentarse en el trabajo, con su compañero sentimental, o en la calle y en ciertos casos desembocando en un femicidio. Atentando contra el derecho a la libertad y a la vida que poseen todos los ciudadanos.

Objetivo: Con la presente encuesta se pretende recolectar información para poder desarrollar un proyecto en el cual se concientice a la población de Calderón sobre la violencia hacia la mujer, tipos de violencia existentes, derechos que posee las personas víctimas de violencia, etc.

TEMA: DESARROLLO DE UN PLAN DE DIFUSIÓN SOCIAL PARA CONCIENTIZAR SOBRE LA VIOLENCIA EN CONTRA DE LA MUJER EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN, SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

Género: Hombre Mujer

1.- ¿Conoce sobre la problemática de violencia de género?

SI NO

2.- ¿Ha sufrido algún tipo de violencia de género?

SI NO

3.- ¿Conoce los tipos de violencia existentes?

SI NO

4.- ¿A presenciado alguna de estos tipos de violencia?

Sexual
Física
Psicológica
Ninguna

5.- ¿Conoce a alguna persona que sufra algún tipo de violencia?

SI NO

6.- ¿Ayudaría a alguna persona que esté sufriendo algún tipo de violencia?

SI NO

7.- ¿Tiene conocimiento de los derechos a favor de las mujeres que sufren algún tipo de violencia?

SI NO

8.- ¿Le gustaría que le informen acerca de leyes que amparan a mujeres víctimas de violencia?

SI NO

9.- ¿Está de acuerdo en que se realicen campañas para combatir la violencia hacia la mujer?

SI NO

Encuesta

Introducción: La violencia de género es una manifestación de desigualdad y constante agresión que vive ciertas mujeres, el mismo que puede presentarse en el trabajo, con su compañero sentimental, o en la calle y en ciertos casos desembocando en un femicidio. Atentando con el derecho a la libertad y a la vida que poseen todos los ciudadanos.

Objetivo: Con la presente encuesta se pretende recolectar información para poder desarrollar un proyecto en el cual se concientice a la población de Calderón sobre la violencia hacia la mujer, tipos de violencia existentes, derechos que poseen las personas víctimas de violencia, etc.

TEMA: DESARROLLO DE UN PLAN DE DIFUSIÓN SOCIAL PARA CONCIENTIZAR SOBRE LA VIOLENCIA EN CONTRA DE LA MUJER EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN, SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

Género: Hombre Mujer

1.- ¿Conoce sobre la problemática de violencia de género?

SI NO

2.- ¿Ha sufrido algún tipo de violencia de género?

SI NO

3.- ¿Conoce los tipos de violencia existentes?

SI NO

4.- ¿A presenciado alguno de estos tipos de violencia?

Sexual
Física
Psicológica
Ninguna

5.- ¿Conoce alguna persona que sufra algún tipo de violencia?

SI NO

6.- ¿Ayudaría a alguna persona que esté sufriendo algún tipo de violencia?

SI NO

7.- ¿Tiene conocimiento de los derechos a favor de las mujeres que sufren algún tipo de violencia?

SI NO

8.- ¿Le gustaría que le informen acerca de leyes que amparan a mujeres víctimas de violencia?

SI NO

9.- ¿Está de acuerdo en que se realicen campañas para combatir la violencia hacia la mujer?

SI NO

Encuesta

Introducción: La violencia de género es una manifestación de desigualdad y constante agresión que viven ciertas mujeres, el mismo que puede presentarse en el trabajo, con su compañero sentimental, o en la calle y en ciertos casos desencadena en un femicidio. Atentando contra el derecho a la libertad y a la vida que poseen todos los ciudadanos.

Objetivo: Con la presente encuesta se pretende recolectar información para poder desarrollar un proyecto en el cual se concientice a la población de Calderón sobre la violencia hacia la mujer; tipos de violencia existentes, derechos que poseen las personas víctimas de violencia, etc.

TEMA: DESARROLLO DE UN PLAN DE DIFUSIÓN SOCIAL PARA CONCIENTIZAR SOBRE LA VIOLENCIA EN CONTRA DE LA MUJER EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN, SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

Género Hombre Mujer

1.- ¿Conoce sobre la problemática de violencia de género?

SI NO

2.- ¿Ha sufrido algún tipo de violencia de género?

SI NO

3.- ¿Conoce los tipos de violencia existentes?

SI NO

4.- ¿A presenciado alguno de estos tipos de violencia?

Sexual
Física
Psicológica
Ninguna

5.- ¿Conoce alguna persona que sufra algún tipo de violencia?

SI NO

6.- ¿Ayudaría a alguna persona que esté sufriendo algún tipo de violencia?

SI NO

7.- ¿Tiene conocimiento de los derechos a favor de las mujeres que sufren algún tipo de violencia?

SI NO

8.- ¿Le gustaría que le informen acerca de leyes que amparan a mujeres víctimas de violencia?

SI NO

9.- ¿Está de acuerdo en que se realicen campañas para combatir la violencia hacia la mujer?

SI NO

Encuesta

Introducción: La violencia de género es una manifestación de desigualdad y constante agresión que viven ciertas mujeres, el mismo que puede presentarse en el trabajo, con su compañero sentimental, o en la calle y en ciertos casos desencadena en un femicidio. Atentando contra el derecho a la libertad y a la vida que poseen todos los ciudadanos.

Objetivo: Con la presente encuesta se pretende recolectar información para poder desarrollar un proyecto en el cual se concientice a la población de Calderón sobre la violencia hacia la mujer, tipos de violencia existentes, derechos que posee las personas víctimas de violencia, etc.

TEMA: DESARROLLO DE UN PLAN DE DIFUSIÓN SOCIAL PARA CONCIENTIZAR SOBRE LA VIOLENCIA EN CONTRA DE LA MUJER EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN, SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

Género Hombre Mujer

1.- ¿Conoce sobre la problemática de violencia de género?

SI NO

2.- ¿Ha sufrido algún tipo de violencia de género?

SI NO

3.- ¿Conoce los tipos de violencia existentes?

SI NO

4.- ¿A presenciado alguno de estos tipos de violencia?

Sexual
Física
Psicológica
Ninguna

5.- ¿Conoce alguna persona que sufra algún tipo de violencia?

SI NO

6.- ¿Ayudaría a alguna persona que esté sufriendo algún tipo de violencia?

SI NO

7.- ¿Tiene conocimiento de los derechos a favor de las mujeres que sufren algún tipo de violencia?

SI NO

8.- ¿Le gustaría que le informen acerca de leyes que amparan a mujeres víctimas de violencia?

SI NO

9.- ¿Está de acuerdo en que se realicen campañas para combatir la violencia hacia la mujer?

SI NO

Encuesta

Introducción: La violencia de género es una manifestación de desigualdad y constante agresión que viven ciertas mujeres, el mismo que puede presentarse en el trabajo, con su compañera sentimental, o en la calle y en ciertos casos desencadena en un femicidio. Atentando contra el derecho a la libertad y a la vida que poseen todos los ciudadanos.

Objetivo: Con la presente encuesta se pretende recolectar información para poder desarrollar un proyecto en el cual se concientice a la población de Calderón sobre la violencia hacia la mujer, tipos de violencia existentes, derechos que posee las personas víctimas de violencia, etc.

TEMA: DESARROLLO DE UN PLAN DE DIFUSIÓN SOCIAL PARA CONCIENTIZAR SOBRE LA VIOLENCIA EN CONTRA DE LA MUJER EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN, SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

Género Hombre Mujer

1.- ¿Conoce sobre la problemática de violencia de género?

SI NO

2.- ¿Ha sufrido algún tipo de violencia de género?

SI NO

3.- ¿Conoce los tipos de violencia existentes?

SI NO

4.- ¿A presenciado alguno de estos tipos de violencia?

Sexual
Física
Psicológica
Ninguna

5.- ¿Conoce alguna persona que sufra algún tipo de violencia?

SI NO

6.- ¿Ayudaría a alguna persona que esté sufriendo algún tipo de violencia?

SI NO

7.- ¿Tiene conocimiento de los derechos a favor de las mujeres que sufren algún tipo de violencia?

SI NO

8.- ¿Le gustaría que le informen acerca de leyes que amparan a mujeres víctimas de violencia?

SI NO

9.- ¿Está de acuerdo en que se realicen campañas para combatir la violencia hacia la mujer?

SI NO

Encuesta

Introducción: La violencia de género es una manifestación de desigualdad y constante agresión que viven ciertas mujeres, el mismo que puede presentarse en el trabajo, con su compañero sentimental, o en la calle y en ciertos casos desconocidos en un femicidio. Atendiendo contra el derecho a la libertad y a la vida que poseen todos los ciudadanos.

Objetivo: Con la presente encuesta se pretende recolectar información para poder desarrollar un proyecto en el cual se concientice a la población de Calderón sobre la violencia hacia la mujer, tipos de violencia existentes, derechos que poseen las personas víctimas de violencia, etc.

TEMA: DESARROLLO DE UN PLAN DE DIFUSIÓN SOCIAL PARA CONCIENTIZAR SOBRE LA VIOLENCIA EN CONTRA DE LA MUJER EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN, SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

Género Hombre Mujer

1.- ¿Conoce sobre la problemática de violencia de género?

SI NO

2.- ¿Ha sufrido algún tipo de violencia de género?

SI NO

3.- ¿Conoce los tipos de violencia existentes?

SI NO

4.- ¿A presenciado alguno de estos tipos de violencia?

Sexual
Física
Psicológica
Ninguna

5.- ¿Conoce alguna persona que sufra algún tipo de violencia?

SI NO

6.- ¿Ayudaría a alguna persona que esté sufriendo algún tipo de violencia?

SI NO

7.- ¿Tiene conocimiento de los derechos a favor de las mujeres que sufren algún tipo de violencia?

SI NO

8.- ¿Le gustaría que le informen acerca de leyes que amparan a mujeres víctimas de violencia?

SI NO

9.- ¿Está de acuerdo en que se realicen campañas para combatir la violencia hacia la mujer?

SI NO

Urkund Analysis Result

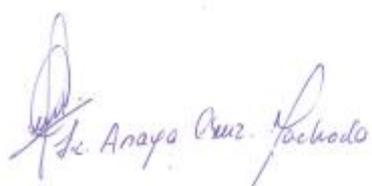
Analysed Document: Tesis Katherine Quezada_urk.pdf (D37041487)
Submitted: 3/28/2018 2:46:00 PM
Submitted By: katylisbeth1994@gmail.com
Significance: 6 %

Sources included in the report:

urkund_Obando_Andres_diseño.pdf (D15715145)
http://www.psicoterapeutas.com/Violencia_de_genero.html

Instances where selected sources appear:

6


Dr. Anaya Cruz Pacheco

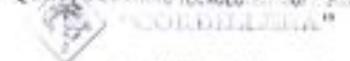
**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
CORDILLERA**

DISEÑO GRÁFICO

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) **QUEZADA GOZÁLEZ KATHERINE LISBETH**, portador de la cédula de identidad N° 1723001218, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 21 de noviembre del 2018.



21 NOV 2018

Mariela B.

Sra. Mariela Balseca
CAJA



Raquel Andrade

DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN



Ing. William Parra
BIBLIOTECA



21 NOV 2018

9.73 *JBS*

COORDINACIÓN PRÁCTICAS

Ing. Samira Villalba
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES



Lizeth Guerrero

DIRECTOR DE CARRERA



Tgla. Samanta Prado
SECRETARÍA ACADÉMICA