



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN MARKETING INTERNO Y EXTERNO

**ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA
EVITAR LA ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA
MARTINAS CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE
QUITO “CARAPUNGO” 2017**

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de tecnólogo en Administración de
Marketing Interno y Externo.

Autora: Digna Paola Pallo Guachamin

Tutor: Ing. Gelkaly Diaz

Quito, Agosto 2017

Declaratoria

Yo Paola Pallo Guachamin declaro que el presente proyecto es de mi autoría, y no ha sido presentado para ningún grado.

Además; que de acuerdo a la ley de propiedad intelectual, el presente trabajo de investigación pertenece a los derechos del Instituto Tecnológico Cordillera por la normativa institucional vigente.

Digna Paola Pallo Guachamin

CC: 172306246-7

**ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA
ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS
CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017**

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, DIGNA PAOLA PALLO GUACHAMIN portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 1723062467 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 **ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO “CARAPUNGO” 2017**, con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA _____

NOMBRE Digna Paola Pallo Guachamin

CEDULA 172306246-7

ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO “CARAPUNGO” 2017

Agradecimiento

A mi madre **IMELDA GUACHAMIN** y maestros ya que ellos me apoyaron en el largo camino del saber ellos con paciencia dedicación han forjado en mis principios y valores para hoy ponerlos en práctica, mi madre que ha sido la luz que guía mi camino y ha demostrado ser mi amiga y confidente a ella por aconsejarme retomar mis estudios, y hoy poder demostrar lo aprendido en las aulas.

A mis hijos **JEREMY FERNEY Y ALEXIS YARDELL** ya que ellos han podido darme su apoyo y comprensión en este tiempo de camino a la superación ellos que sin juzgarme han seguido conmigo con su amor y ternura.

A mis hermanos **MARCELA, JIMMY Y CIELO** porque ellos me han apoyado día tras día no solo moralmente si no en el aspecto económico haciendo así que cuente con los recursos necesarios para cumplir mis anhelos y sueños.

Dedicatoria

Este proyecto que es fruto de mi dedicación y esfuerzo lo dedico a:

Mis hijos **JEREMY FERNEY Y ALEXIS YARDELL** ya que son la inspiración y la fuerza que necesito para seguir adelante; a ellos que me han levantado de varias caídas y con su amor me han forjado el camino del bien, buscando así llegar a culminar mis metas con el aprendizaje recibido.

**ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA
ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS
CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017**

INDICE

Declaratoria.....	ii
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL	iii
Agradecimiento.....	iv
Dedicatoria.....	v
RESUMEN EJECUTIVO.....	xi
ABSTRACT	xii
INTRODUCCION	xiii
CAPITULO I. ANTECEDENTES	1
1.01 Contexto.....	1
1.01.01 Macro	1
1.01.02.01 Métodos y técnicas de Publicidad.....	6
1.01.03 Micro	7
1.02 Justificación	7
1.03 Análisis Matriz T.....	8
CAPITULO II. INVOLUCRADOS	10
2.01 Mapeo de involucrados.....	10
2.02. Matriz de análisis de involucrados	10
2.02.01 Involucrados directos.....	10
2.02.02 Involucrados indirectos.....	10
2.03 Matriz de Análisis de Involucrados	11
CAPITULO III. ARBOL DE PROBLEMAS Y OBJETIVOS	13
3.01. Análisis del árbol de problemas.....	13
3.02. Análisis de árbol de objetivos.....	13
CAPITULO IV. ANALISIS DE ALTERNATIVAS	14
4.01. Análisis de la matriz de alternativas.	14
4.02. Análisis de la matriz de impacto de objetivos	15
4.03. Análisis del diagrama de estrategias.....	16
4.04. Análisis de la matriz de marco lógico.....	16
ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017	

CAPITULO V. PROPUESTA.....	18
5.01 Antecedentes de la propuesta.....	18
5.01Justificación de la propuesta.	22
5.01Objetivo general.....	23
Orientación al estudio.	24
5.04.01. Marketing Social.....	24
Investigación y Análisis de los posibles destinatarios del Programa.	28
Evaluación de la situación actual.....	28
Análisis F. O. D. A.	29
Elementos Éticos del Marketing Social.....	31
Objetivos del marketing social:	35
Mercado meta	35
Focus group	36
5.04.02. Objetivos Marketing Social.....	37
5.04.03 Publicidad sin fines de lucro.....	38
5.05 Relación de contenidos.	39
5.06 Metodología utilizada	40
5.07 Encuestas	40
5.07.01 Diseño de encuestas.....	40
5.07.02 Socialización.....	43
5.08. Taller 5.08.01. Video de bienvenida (3.57min).....	54
5.09.02. Reglas de oro	54
5.09.03. Video de actividad para iniciar la exposición (4.40 min).....	55
5.09.03.01. Tema 2 Día mundial del racismo.....	56
5.09.09 Retroalimentación.....	59
CAPITULO VI. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	60
6.01. Recursos.....	60
6.01.01. Recursos Humanos	60
6.01.02. Recursos audiovisuales.....	61
ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS	
CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO “CARAPUNGO” 2017	

6.01.03. Material de apoyo	61
6.02. Presupuestos	62
6.03. Cronograma.	63
CAPITULO VII. ASPECTO ADMINISTRATIVO.....	70
7.01 CONCLUSIONES	70
7.02 Recomendaciones	71

**ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA
ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS
CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017**

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 CONOCE USTED LAS DIFERENTES RAZAS DEL ECUADOR.	43
Ilustración 2 CREE USTED QUE ALGUNOS PROGRAMAS NACIONALES DISCRIMINACION A LAS PERSONAS DE DIFERENTE RAZA.....	44
Ilustración 3HA PARTICIPADO EN EVENTOS SOCIOETNICOS.....	45
Ilustración 4 CONOCE USTED A ALGUNA PERSONA QUE HAYA SIDO VICTIMA DE RACISMO	46
Ilustración 5 CREE USTED QUE EL RACISMO SE PODRIA ERRADICAR	47
Ilustración 6 CREE USTED EN LA INTEGRACION CULTURAL	48
Ilustración 7 LE GUSTARIA PARTICIPAR EN CAMPAÑAS ANTI RACISMO	49
Ilustración 8 CONOCE A LA FUNDACION MARTINAS CARRILLO	50
Ilustración 9EN QUE MEDIOS DE COMUNICACION USTED HA ESCUCHADO MOFAS (BURLAS) SOBRE AFROECUATORIANOS	52
Ilustración 10 HA SUFRIDO USTED DE RACISMO EN SU ETAPA ESCOLAR	53
Ilustración 11 LE GUSTARIA PARTICIPAR EN CHARLAS ANTI RACISMO	54
Ilustración 12 Que es el racismo.....	55
Ilustración 13 Día mundial del racismo	56
Ilustración 14 Día mundial del racismo.....	57
Ilustración 15 IGULADAD DE DERECHOS.....	57
Ilustración 16 IGULADAD DE DERECHOS 2.....	58
Ilustración 17 SOCIALIZACION	66
Ilustración 18 SOCIALIZACION ENCUESTAS	67
Ilustración 19 DANZA MARTINAS CARRILLO	68
Ilustración 20 INFORMACION PROPORCIONADA	69
Ilustración 21 MAPEO INVOLUCRADOS.....	74
Ilustración 22 ARBOL DE PROBLEMAS	78

**ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA
ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS
CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO “CARAPUNGO” 2017**

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 CONOCE USTED LAS DIFERENTES RAZAS DEL ECUADOR.....	43
Tabla 2 CREE USTED QUE ALGUNOS PROGRAMAS NACIONALES DISCRIMINACION A LAS PERSONAS DE DIFERENTE RAZA.....	44
Tabla 3 HA PARTICIPADO EN EVENTOS SOCIOETNICOS.....	45
Tabla 4 CONOCE USTED A ALGUNA PERSONA QUE HAYA SIDO VICTIMA DE RACISMO.....	46
Tabla 5 CREE USTED QUE EL RACISMO SE PODRIA ERRADICAR.....	47
Tabla 6 CREE USTED EN LA INTEGRACION CULTURAL.....	48
Tabla 7 LE GUSTARIA PARTICIPAR EN CAMPAÑAS ANTI RACISMO.....	49
Tabla 8 CONOCE A LA FUNDACION MARTINAS CARRILLO.....	50
Tabla 9 EN QUE MEDIOS DE COMUNICACION USTED HA ESCUCHADO MOFAS (BURLAS) SOBRE AFROECUATORIANOS.....	51
Tabla 10 HA SUFRIDO USTED DE RACISMO EN SU ETAPA ESCOLAR.....	52
Tabla 11 LE GUSTARIA PARTICIPAR EN CHARLAS ANTI RACISMO.....	53
Tabla 12 MAQUINARIAS Y EQUIPOS.....	62
Tabla 13 SUMISTROS Y MATERIALES.....	63
Tabla 14 Cronograma.....	64
Tabla 15 MATRIZ T.....	73
Tabla 16 ANALISIS DE INVOLUCRADOS.....	75
Tabla 17 MATRIZ DE ALTERNATIVAS.....	79
Tabla 18 MATRIZ DE OBJETIVOS.....	81
Tabla 19 DIAGRAMA ESTRATEGICO.....	82
Tabla 20 MARCO LOGICO.....	83
Tabla 21 RECURSOS.....	85

**ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA
ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS
CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO “CARAPUNGO” 2017**

RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto se desarrolla en la fundación Afro ecuatoriana Martinas Carrillo.

Ubicada en el sector de Carapungo del Distrito Metropolitano de Quito.

La fundación Martinas Carrillo requiere realizar plan de publicidad anti racial dejando en alto sus costumbres y creencias dándose a conocer en el sector de Carapungo;

De esta manera conseguir una equidad de género basada en valores y principios que de la mano del respeto se pueda desarrollar para el bien de la comunidad y de los jóvenes integrantes que la conforman.

**ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA
ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS
CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017**

ABSTRACT

This project aims to design and socialize Martinas Carrillo Foundation creating a non-profit advertising plan in this way to improve the level of acceptance in the community.

This is based on the priority of working with young people including them in the world of culture dance and music, leaving behind the racism that entails their race.

In this way the foundation wants to make itself known by avoiding racism due to lack of knowledge or simply by following certain social groups.

This publicity will allow the foundation to be recognized with respect for equality and unity in the community of Carapungo leaving behind taboos such as racial discrimination.

**ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA
ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS
CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017**

INTRODUCCION

El presente proyecto tiene como finalidad el diseño y socialización de la Fundación Martinas Carrillo creando un plan de publicidad sin fines de lucro de esta manera mejorara el nivel de aceptación en la comunidad.

Para ello su prioridad es trabajar con jóvenes incluyéndolos en el mundo de la cultura danza y música, dejando atrás el racismo que conlleva su raza.

La fundación quiere ir dándose conociendo evitando el racismo por falta de conocimiento o simplemente por denotar a determinados grupos sociales.

La publicidad permitirá que la fundación sea reconocida con respeto igualdad y unión en la comunidad de Carapungo dejando atrás tabúes como es la discriminación racial.

**ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA
ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS
CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017**

CAPITULO I ANTECEDENTES

1.01 Contexto

1.01.01 Macro

La Corporación de Desarrollo Afro ecuatoriano (CODAE), la Coordinadora de Radio Popular Educativa del Ecuador (CORAPE) y el Programa Andino de Derechos Humanos de la Universidad Andina Simón Bolívar, organizaron el Foro “Racismo y Discriminación en los medios de comunicación en Ecuador” con el objetivo de promover el análisis de los medios de comunicación en el proceso de construcción del Estado Intercultural y la erradicación del racismo y discriminación.

En el foro participaron José Chala, secretario ejecutivo de la CODAE; el sociólogo Hernán Reyes; Patric Hollenstein, en representación de la Universidad Andina; Francia Moreno y Sandy Chávez, directora de comunicación de la Coordinadora de Radio Popular Educativa del Ecuador (CORAPE). El evento se realizó el martes 31 de mayo de 2011, en la Universidad Andina.

La primera ponencia denominada “el negro es un invento de la sociedad”, estuvo a cargo del Ante. José Chala, quien señaló que no puede haber identidad si no están incluidos las y los afro ecuatorianos, y hasta ahora se los ha invisibilizado, son negados y no están siendo reconocidos como constructores claves de la nación ecuatoriana. Los medios también han etiquetado al Pueblo Afro ecuatoriano de manera negativa. “Los medios son el alma de la

sociedad y cuando la sociedad está enferma por la boca de los medios se expresa esa enfermedad”, señaló Chala.

Además, afirmó que “uno de los mecanismos utilizados por los medios es la hipervisibilización de la Población Afro ecuatoriana en la vida cotidiana, ya sea cuando hacen referencia a eventos de crónica roja, ahí dicen “un ladrón de raza negra”, pero cuando no es negro lo llaman un presunto delincuente y no se habla de grupo étnico, cultural o raza. También se nos hipervisibiliza que somos buenos para bailar y buenos para jugar, en esa medida es la invitación para matar a ese negro inventado, porque en el campo de las relaciones de poder mientras sigan llamándonos y nos sigan identificando como negros, efectivamente se sigue amplificando la violencia, el racismo, la xenofobia y otras formas de intolerancia”, concluyó Chala.

La segunda exposición la realizó el sociólogo y profesor de la Universidad Andina, Hernán Reyes, quien manifestó que los medios de comunicación articulan discursos breves, sencillos y de gran impacto. Son fácilmente reproducidos los programas de humor y donde la excitación producto de la violencia está presente.

Hernán Reyes invitó a los asistentes a pensar no solamente en la figura del afro descendiente, sino también el pensar a la mujer afro descendiente en los medios de comunicación, ya sea desde las películas producidas en Hollywood, donde se sigue representado a la mujer afro descendiente como un objeto meramente sexual y decorativo.

**ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA
ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS
CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO “CARAPUNGO” 2017**

Posteriormente se dio paso a Patric Hollenstein, quien trabaja como asistente de investigación para la Universidad Andina, sede Ecuador y realizó un análisis del pueblo afro ecuatoriano en los medios de comunicación.

La investigación la realizó en 2009 conjuntamente con Carlos de la Torre y con el apoyo del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Los datos empíricos provienen de varias fuentes: entrevistas a movimientos afro ecuatorianos, a periodistas de medios y el análisis de noticias sobre los afro ecuatorianos en los periódicos nacionales más importante, en el período 1996 – 2009.

Para la sistematización se establecieron dos periodos, el primero denominado “esfera mono cultural” que va desde inicios del siglo XX hasta la década de los noventa, en el que los movimientos de los indígenas y la organización de afro descendientes llevaron a la promulgación de la Constitución multicultural del 98. El segundo periodo trata la “esfera multicultural” caracterizado por la proliferación de ideologías y discursos sobre la nacionalidad y el papel de los grupos étnicos.

“Durante el periodo mono cultural los afro descendientes fueron representados en los medios como criminales, atletas, africanos salvajes y personas rodeadas por la pobreza y miseria. Esta miseria era vista como autogenerada, ya que las noticias en ningún momento mencionan el racismo estructural y la responsabilidad que los blancos mestizos tienden a reproducir”, afirmó Hollenstein.

ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO “CARAPUNGO” 2017

Mientras que la etapa multicultural se caracterizó por la presencia de varias narrativas. Hollenstein señala que “ya no es solamente la voz blanco-mestiza la que se escucha, además de la esfera pública se ha creado una contra esfera pública en la que activistas e intelectuales afro descendientes cuestionan las representaciones estereotipadas y buscan auto representarse. Los medios impresos también han cambiado, hay más reportajes sobre la participación de los afro ecuatorianos en diferentes aspectos de la vida social y más apertura de los medios hacia las noticias, sobre todo en las celebraciones del día de los afro ecuatorianos”.

Luego de la exposición de los panelistas, se dio paso a las preguntas donde se evidencio la necesidad de la participación de los medios de comunicación en el debate, en especial la presencia de los dueños de los medios, los editorialistas y quienes definen las agendas de medios.

Las mujeres afroecuatorianas en los medios de comunicación

En la segunda parte del Foro se debatió el tratamiento de la imagen de las mujeres afro descendientes en los medios. La exposición estuvo a cargo de la Abg. Francia Moreno Zapata, quien tiene 12 años trabajando con la población afro descendiente en Colombia y apoya al Fondo Afro de Universidad Andina Simón Bolívar.

Francia Moreno se refirió a la discriminación racial y de género que está presente en los medios de comunicación, pues señaló que no existe un número significativo de periodistas afro ecuatorianas trabajando en los medios, además no son consideradas como fuentes de información, ellas tienen poca credibilidad. “Son pocas las ocasiones en las que

**ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA
ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS
CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO “CARAPUNGO” 2017**

somos tenidas en cuenta como lideresas, en temas sociales y culturales, pero nunca somos vistas como consultoras, expertas profesionales, académicas notables, políticas destacadas y mucho menos como científicas”, dijo Moreno.

También, Moreno resaltó que el racismo afecta a las personas de descendencia africana, pero no afecta de manera igual a hombres y mujeres. “Nosotras en muchos temas estamos siendo afectadas mucho más que los hombres porque se suman dobles y triples discriminaciones en contra nuestras, por el simple hecho de ser mujeres, pero hay que agregarles el hecho de ser clasificadas como pobres, haber nacido en América Latina y una serie de temas que están relacionadas con múltiples representaciones en contra nuestra. “, indicó Moreno. (CHALA & HERNANREYES, 2011)

Art. 62.- Prohibición.- Está prohibida la difusión a través de todo medio de comunicación social de contenidos discriminatorios que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales. Se prohíbe también la difusión de mensajes a través de los medios de comunicación que constituyan apología de la discriminación e incitación a la realización de prácticas o actos violentos basados en algún tipo de mensaje discriminatorio. (SUPERCOM)

La solución es dar a conocer a la Asociación Martinas Carrillo, mediante otro tipo de publicidad a asociaciones, grupos, comunidades afro ecuatorianas desde un punto donde se lo presente como el ser humano trabajador capaz y profesional que es, desde aquí la elaboración de una publicidad quede a conocer su cultura y etnia con estima de esta manera las personas puedan enfocarse desde otro estereotipo basado en respeto e igualdad.

ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS

CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO “CARAPUNGO” 2017

De esta manera después de analizar varios puntos de vista se requiere realizar campañas de socialización y mejorar el conocimiento de las personas sobre raza cultura y mestizaje en la actualidad el pueblo afro ecuatoriano se avistó expuesto a varias discriminaciones no solo en medios de comunicación que denigra a personas con diferente creencia o diferentes gustos es ahora que se va a entregar un nuevo mensaje dando a conocer al pueblo afro como es honesto, trabajador y responsable.

1.01.02.01 Métodos y técnicas de Publicidad

1. Se creara y promoverá publicidad con respeto

Se realizara campaña de socialización en parques y plazas cívicas donde la música baile y su cultura se promuevan para el bien de la fundación y el que la conforma.

2. Se buscara medios publicitarios con valores y principios.

Se extenderá un mensaje donde no se discrimine a ninguna raza por diferente q sea.

3. Se sancionara el mal uso de medios de comunicación.

En la actualidad la SUPERCOM sanciona a medios que incurrieran en actos de racismo, pese aquello aún no se logra erradicar el racismo y la violencia en medios de comunicación.

4. Se ofrecerá publicidad que motiven el respeto racial.

ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017

Se presentara otra imagen del pueblo afro ecuatoriano indicando la belleza de su pueblo costumbre y creencia mediante video inductivo y vivencial.

1.01.03 Micro

La Asociación Afro ecuatoriana Martinas Carrillo ha ido organizando programas de integración, en su localidad ubicada en el sector de Carapungo eventos donde se promueve la cultura y incentiva el respeto e unión entre grupos raciales su evento más conocido es su evento anual donde se presenta un icono representativo como es su misa afro representando cantos propios de su etnia donde participan personas moradores afro ecuatorianos de barrios aledaños con una finalidad de que no se pierda las costumbres recuperando el respeto de las personas que los rodean.

1.02 Justificación

Este proyecto se lo ha estudiado con la finalidad que el pueblo afro ecuatoriano pueda relacionarse con un medio de publicidad basado en unión con principios y valores evitando etnofobia en los medios de comunicación nacional.

En un mundo globalizado donde todos requieren de todos se necesita que se erradique la discriminación racial o de género motivando así a unirse en un solo propósito ayudarse sin distinción de raza, en la actualidad los medios publicitarios así como de comunicación se basan en una publicidad insultante que discrimina a las personas por su

**ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA
ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS
CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017**

raza, género y situación económica, donde se proyecta a una persona con fines delictivos o se malversa información recibida donde la sociedad teme al ver una persona diferente a ellas sea por color de piel o incluso forma de vestir, es por esta razón la creación del presente proyecto que busca fomentar la armonía social en una misma comunidad.

De esta manera se aplica el objetivo 12 del Plan Nacional Del Buen Vivir.

Objetivo 12: “Garantizar la soberanía y la paz, y profundizar la inserción estratégica en el mundo y la integración latinoamericana” (<http://www.buenvivir.gob.ec/objetivos-nacionales-para-el-buen-vivir>, 2013)(pág. 83)

1.03 Análisis Matriz T

Se determinara nuestro plan de acción para poderlo desarrollar de acuerdo a sus requerimientos es así que se puede determinar la posible situación empeorada de la Asociación Afro ecuatoriana Martinas Carrillo niños y adultos con traumas etnofobicos y nuestra situación mejorada Niños y adultos con valores y principios respetando las etnias de cada persona con esto se puede determinar las fuerza impulsadora Charlas integradoras sobre el tema que al momento registra una puntuación de 1 es decir baja se ha proyectado llegar a un nivel ideal de 4 haciendo así medio alto para poder crear interés en las personas involucradas y nuestra fuerza bloqueadora falta de interés con una valoración de 4 que indica que es medio alto provocando así un problema racial otra fuerza impulsadora Intervención psicológica llegando a un puntaje ideal de 4 para poder determinar de dónde se origina el problema racial y la fuerza bloqueadora Escasa cooperación e interés por

ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO “CARAPUNGO” 2017

falta de colaboración se le ha calificado con un puntaje de 4 medio alto que se provoca por falta de tiempo otra de nuestra fuerza impulsadora es Programas de capacitación sobre etnias y culturas calificada al momento con 2 es decir medio bajo queriendo llegar a un 5 para poder respetar a la sociedad de acuerdo a raza género y posición social. De aquí se origina nuestra fuerza bloqueadora Poca participación en la capacitación por mal distribución de tiempo ya que por falta de tiempo no puede haber participación en las capacitaciones por esta razón se la ha calificado con un 5 es decir alto también tenemos nuestra fuerza impulsadora Eventos integradores con calificación de 2 es decir media baja queriendo llegar a 5 integrando a comunidades creando una sola sociedad con esto se evidencia nuestra fuerza bloqueadora Abandono de integración y participación. Con un 4 ya que es media alta.

**ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA
ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS
CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017**

CAPITULO II INVOLUCRADOS

2.01 Mapeo de involucrados

2.02. Matriz de análisis de involucrados

2.02.01 Involucrados directos

1. Sociedad
2. M. Inclusión
3. M. De Comunicación
4. Familia
5. Estado

2.02.02 Involucrados indirectos

1. M. De Relaciones L.
2. M. Cultura Y Etnia
3. M. Salud Pública
4. M. Del Interior
5. Grupos Afro ecuatorianos

**ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA
ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS
CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017**

-
6. Asociaciones Afro ecuatorianas
 7. Canales De Televisión
 8. Radio
 9. Prensa
 10. Comunidad
 11. Hombre
 12. Mujeres

2.03 Matriz de Análisis de Involucrados

Se establece mediante tabla de involucrados a los principales involucrados para la realización del proyecto basándonos así en el Ministerio de Inclusión que es el eje regulador para la creación de eventos que integren a diferentes etnias creando unión en programas zonales y regionales.

Otro actor involucrado es la sociedad ya que de ella se genera varios temas en torno racial y de discriminación basados así en los objetivos del PNBV respetando la inclusión e integrándolos a la sociedad.

SUPERCOM este es el principal medio encargado de regular y controlar a los medios de comunicación basada en el art. 62 que prohíbe y sanciona la discriminación de raza o género.

La familia es la base de la sociedad y es de aquí donde se origina la falta de principios y valores desde el eje del hogar por esta razón se deberá trabajar con la familia en general dado que es la base de la sociedad.

Estado es la fuerza que controla los movimientos políticos leyes y normas de un país regularizando así a los ministerios para integrarlos y hacerlos trabajar con un fin común evitar la xenofobia.

**ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA
ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS
CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017**

CAPITULO III ARBOL DE PROBLEMAS Y OBJETIVOS

3.01. Análisis del árbol de problemas.

En el Árbol de problemas nos encontrara con el problema central que es la etnofobia en los medios de comunicación en la Asociación Martinas Carrillo que tiene como causas problemas psicológico y desinterés social dando como efecto desplazamiento de ira en mecanismo de defensa y Relaciones no fluidas con otros grupos sociales que los rodean llegando así a un aislamiento de grupos étnicos por problemas de discriminación de la sociedad.

3.02. Análisis de árbol de objetivos.

A través de los objetivos se busca reducir los problemas de racismo y etnofobia para ello contaríamos con los medios de reducir problemas psicológicos creados falsamente en nuestra sociedad así como también fomentar el interés social basado en respeto y armonía llevando esto como resultado a que los grupos étnicos no desplacen su ira como mecanismo de defensa y que las relaciones sociales mejores dando como resultado que los grupos étnicos no se aislen y se pueda convivir en armónica.

CAPITULO IV ANALISIS DE ALTERNATIVAS

4.01. Análisis de la matriz de alternativas.

Se procederá a realizar el análisis de la matriz antes realizada se deberá tomar en cuenta varios parámetros, lo primero que se analizara es Reducir problemas psicológicos A la cual se le otorgara una valoración de cuatro, en la factibilidad financiera se lo calificara con cinco, para la factibilidad social con un parámetro de cinco y a la factibilidad política con una puntuación de cinco dándonos uno total de veinte y tres este parámetro nos indica que posee una categoría alta lo cual lo hace viable ,en el segundo punto nos habla de fomentar interés social a lo cual se ha dado una calificación en el impacto sobre el propósito se le ha dado una calificación de cuatro su factibilidad técnica es de cinco que significa alto, en la factibilidad financiera de la misma manera su parámetro es de cinco, y la factibilidad social tenemos una puntuación de cuatro, en cuanto a la factibilidad política es de cuatro lo que nos ha dado un resultado de veintidós lo cual lo hace viable y se lo categoriza como alto. Como tercer punto hemos analizado Disminución Problemas de principios y valores a lo cual se le ha dado la siguiente calificación en lo que es el impacto sobre el propósito lo calificamos con un cinco, así también con unos cuatro puntos en su factibilidad técnica, de la misma manera cuatro en la factibilidad financiera, y su factibilidad social con parámetros de cinco con un total de veintitrés con una categorización alta , por último se ha calificado el objetivo general del árbol de objetivos, Reducir problemas Etnofobia de medios de comunicación en Asociación Martinas Carrillo a la cual primero hemos calificado con cinco lo que

quiere decir alto, con respecto a la factibilidad cuatro puntos, la puntuación de la factibilidad financiera es de cuatro medio alto, la factibilidad social es de cinco puntos esto hace relevancia a que habrá una alta aceptación por la sociedad, en la factibilidad

ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS

CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017

política de cuatro como resultado final nos da un total de veintidós lo que nos indica que el proyecto es viable.

4.02. Análisis de la matriz de impacto de objetivos

Por medio de la creación de la matriz realizada se podrá conocer los medios que se van a usar para ponerlos en práctica el proyecto en la cual se ha indicado Reducir problemas psicológicos mediante varios procesos como es implementar charlas sobre grupos sociales y el respeto que merecen todos los que conformamos la sociedad a lo cual le hemos dado un cuatro, en impacto de género a la no discriminación racial cuatro, impacto ambiental donde se ha integrado a los grupos étnicos con calificación de cuatro, relevancia contratando personal calificado con una calificación de cinco, sostenibilidad disponibilidad económica cuatro con un total de veintidós en total calificando al proyecto como medio alto. Segundo Fomentar interés social donde se busca realizar dinámicas integradoras sobre tema racial, impacto sobre el género Respeto a hombres y mujeres con cuatro, el impacto ambiental el respeto a hombres y mujeres con cinco, su relevancia es hombres y mujeres respetan a la sociedad en general con cuatro y su sostenibilidad.

Preparar dinámicas adecuadas que permitan integración con cinco, dando como resultado veinte y tres es decir se le otorga una categoría alta. Tercero Disminución Problemas de principios y valores con calificación de cuatro, impacto de género donde

se busca una Igualdad de género con calificación de cinco, impacto ambiental Respeto hombres y mujeres con cuatro, como cuarto punto tenemos reducir problemas etnofobia de medios de comunicación en Asociación Martinas Carrillo donde se busca **ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017**

evitar el racismo en diferentes razas y culturas y se le ha dado calificación de cuatro en impacto de género Integración de razas cuatro, impacto ambiental respeto a hombres y mujeres cuatro, relevancia integración de diferentes razas cinco, sostenibilidad con respeto al artículo sesenta y uno veintitrés en total calificando al proyecto como medio alto. Como suma total conseguimos llegar a una factibilidad de noventa y uno haciéndolo factible y viable para su realización.

4.03. Análisis del diagrama de estrategias.

Este análisis nos ayuda a conocer los motivos para la realización del proyecto y la finalidad que tenemos al crearlo con esto podemos decir que la fundación Martinas Carrillo busca la integración social y el respeto de diferentes grupos sociales que la rodean dejando a un lado los parámetros que se han ido creando en base a desconocimiento de una sociedad que juzga por la ignorancia por esta razón se busca la ayuda de psicólogos preparados y la capacitación adecuada basada en respeto e igualdad por esta razón se realizara encuestas sobre el conocimiento de grupos afrodescendientes.

4.04. Análisis de la matriz de marco lógico.

Por medio de esta matriz se puede decir que Después de las encuestas realizadas se puede notar el desconocimiento de la población se puede detectar que las personas si opinan que es importante conocer sobre el respeto a la cultura y raza diferente, por lo cual se realizara encuestas en la comunidad de Carapungo y se podrá ir conociendo los

problemas que tiene el grupo afro descendiente realiza el día del negro un espacio para dar a conocer sobre su cultura y tradición por lo cual es importante Entregar

ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017

información adecuada sobre los grupos afro descendientes que existen en Ecuador, se requiere entregar información adecuada sobre los grupos afro descendientes que existen en el país es importante y cabe recalcar que la fundación apoya con presentación y charlas motivadoras Contribuir con personal adecuado para poder socializar se puede denotar mediante la encuesta realizada que existe desconocimiento a nivel cultural y étnico es ahí donde se reforzará con mayor información ya que también se puede denotar que las personas encuestadas están interesadas en poder ser incluidos +y evitar ser juzgados solo por su raza o color de piel.

CAPITULO V PROPUESTA

5.01 Antecedentes de la propuesta

En el día de hoy, todos nosotros, mediante nuestra presencia aquí y mediante celebraciones en otras partes de nuestro país y del mundo, conferimos esplendor y esperanza a la libertad recién nacida. De la experiencia de una desmesurada catástrofe humana que ha durado demasiado tiempo debe nacer una sociedad de la que toda la Humanidad se sienta orgullosa.

Nuestros actos diarios como sudafricanos comunes deben producir una auténtica realidad sudafricana que reafirme la creencia de la Humanidad en la justicia, refuerce su confianza en la nobleza del alma humana y dé aliento a todas nuestras esperanzas de una vida espléndida para todos. Todo esto nos lo debemos a nosotros mismos y se lo debemos a los pueblos del mundo que tan bien representados están hoy aquí.

Sin la menor vacilación digo a mis compatriotas que cada uno de nosotros está íntimamente arraigado en el suelo de este hermoso país, igual que lo están los famosos jacarandás de Pretoria y las mimosas del Bushveld. Cada vez que uno de nosotros toca el suelo de esta tierra, experimentamos una sensación de renovación personal. El clima de la nación cambia a medida que lo hacen también las estaciones. Una sensación de júbilo y euforia nos conmueve cuando la hierba se torna verde y las flores se abren. Esa unidad

**ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA
ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS
CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017**

espiritual y física que todos compartimos con esta patria común explica la profundidad del dolor que albergamos en nuestro corazón al ver cómo nuestro país se hacía pedazos a causa de un terrible conflicto, al verlo rechazado, proscrito y aislado por los pueblos del mundo, precisamente por haberse convertido en la sede universal de la ideología y la práctica perniciosas del racismo y la opresión racial.

Nosotros, el pueblo sudafricano, nos sentimos satisfechos de que la Humanidad haya vuelto a acogernos en su seno; de que nosotros, que no hace tanto estábamos proscritos, hayamos recibido hoy el inusitado privilegio de ser los anfitriones de las naciones del mundo en nuestro propio territorio. Les damos las gracias a todos nuestros distinguidos huéspedes internacionales por haber acudido a tomar posesión, junto con el pueblo de nuestro país, de lo que es, a fin de cuentas, una victoria común de la justicia, de la paz, de la dignidad humana. Confiamos en que continuarán ofreciéndonos su apoyo a medida que nos enfrentemos a los retos de la construcción de la paz, la prosperidad, la democracia, la erradicación del sexismo y del racismo.

Apreciamos hondamente el papel que el conjunto de nuestro pueblo, así como sus líderes de masas, políticos, religiosos, jóvenes, empresarios, tradicionales y muchos otros, tanto hombres como mujeres, han desempeñado para provocar este desenlace. De entre todos ellos, mi segundo vicepresidente, el honorable F.W. de Klerk, es uno de los más significativos. También nos gustaría rendir tributo a nuestras fuerzas de seguridad, a todas sus filas, por el distinguido papel que han desempeñado en la salvaguarda de nuestras primeras elecciones democráticas, así como de la transición a la democracia, protegiéndonos de fuerzas sanguinarias que continúan negándose a ver la luz.

**ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA
ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS
CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017**

Ha llegado el momento de curar las heridas. El momento de salvar los abismos que nos dividen. Nos ha llegado el momento de construir. Al fin hemos logrado la emancipación política. Nos comprometemos a liberar a todo nuestro pueblo del persistente cautiverio de la pobreza, las privaciones, el sufrimiento, la discriminación de género así como de cualquier otra clase. Hemos logrado dar los últimos pasos hacia la libertad en relativas condiciones de paz. Nos comprometemos a construir una paz completa, justa y perdurable. Hemos triunfado en nuestro intento de implantar esperanza en el seno de millones de los nuestros. Contraemos el compromiso de construir una sociedad en la que todos los sudafricanos, tanto negros como blancos, puedan caminar con la cabeza alta, sin ningún miedo en el corazón, seguros de contar con el derecho inalienable a la dignidad humana: una nación irisada, en paz consigo misma y con el mundo.

Como muestra de este compromiso de renovación de nuestro país, el nuevo gobierno provisional de unidad nacional, puesto que es apremiante, aborda el tema de la amnistía para gente nuestra de diversa condición que actualmente se encuentra cumpliendo condena. Dedicamos el día de hoy a todos los héroes y las heroínas de este país y del resto del mundo que se han sacrificado de numerosas formas y han ofrendado su vida para que pudiéramos ser libres. Sus sueños se han hecho realidad. La libertad es su recompensa. Nos sentimos a la par humildes y enaltecidos por el honor y el privilegio que ustedes, el pueblo sudafricano, nos han conferido como primer presidente de una Sudáfrica unida, democrática, no racista y no sexista, para conducir a nuestro país fuera de este valle de oscuridad.

Aun así, somos conscientes de que el camino hacia la libertad no es sencillo. Bien sabemos que ninguno de nosotros puede lograr el éxito actuando en soledad.

ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017

Por consiguiente, debemos actuar en conjunto, como un pueblo unido, para lograr la reconciliación nacional y la construcción de la nación, para alentar el nacimiento de un nuevo mundo.

Que haya justicia para todos. Que haya paz para todos. Que haya trabajo, pan, agua y sal para todos. Que cada uno de nosotros sepa que todo cuerpo, toda mente y toda alma han sido liberados para que puedan sentirse realizados. Nunca, nunca jamás volverá a suceder que esta hermosa tierra experimente de nuevo la opresión de los unos sobre los otros, ni que sufra la humillación de ser la escoria del mundo. Que impere la libertad. El sol jamás se pondrá sobre un logro humano tan esplendoroso. Que Dios bendiga a África. Muchas gracias.

En su toma de posesión el 10 de mayo 1994 como presidente electo de ese país pronunció uno de los discursos más cortos y más bello de la humanidad y citó el siguiente poema, escrito por: Marianne Williamson.

'Nuestro temor más profundo no es que somos meramente idóneos.

Nuestro temor más profundo es que tenemos poder más allá de toda medida.

Es nuestra luz o nuestras tinieblas, lo que nos atemoriza.

Nos preguntamos ¿quién soy para ser brillante, maravilloso, talentoso y fabuloso?

En realidad ¿quién eres para no serlo?

Sois los niños de Dios.

Si actuáis de forma pequeña de nada le sirven al mundo.

**ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA
ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS**

CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017

No es un acto iluminado encogerse para que las otras personas a vuestro alrededor no se sientan inseguras.

Hemos nacido para manifestar la gloria de Dios que se halla en nosotros.

No en algunos de nosotros está en todos.

Y cuando permitimos que nuestra propia luz brille, inconscientemente le damos permiso a la otra gente para que haga lo mismo.

A medida que nos liberamos de nuestro propio temor, nuestra presencia automáticamente libera a los demás'. (MANDELA, 1994)

Nelson Mandela en su ardua lucha contra el racismo ha conseguido edificar mensajes en la mente del mundo entero consiguiendo así el respeto del mundo ante la raza negra, él es un gran icono de la lucha en el fin del racismo buscando conseguir respeto e igualdad,

Con estos mensajes se impartirá las charlas y foros con los integrantes de la fundación llevando un mensaje de equidad en los pueblos ecuatorianos recalcando la lucha desde la comunidad de Carapungo expandiéndola a los diferentes sectores y localidades dejando en claro que las personas somos iguales lo único que nos diferencia es el color de piel.

5.01 Justificación de la propuesta.

Este proyecto surge de la necesidad de convivir en un sector lleno de armonía y respeto donde las personas puedan ser tratadas por igual sin miedos ni tabúes, de aquí la importancia de socializar este proyecto para conocer más sobre la cultura afro ecuatoriana y

ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017

lo que ella nos puede enseñar de esta manera se busca que la fundación afro ecuatoriana Martinas Carillo pueda surgir como uno de los principales grupos revolucionarios que buscan la integridad y la inclusión.

De aquí parte nuestro proyecto una manera fácil de conocer a las personas no por su exterior si no por su interior. Por lo cual el presente proyecto se lo realiza con la finalidad de evitar el racismo en las comunidades afro ecuatorianas incluyéndolas como parte de la sociedad logrando así un país y un mundo con igualdad y equidad con esto se busca lograr encontrar medios aceptables para que el plan proyectado funcione para lo cual se analizaron varios requerimientos así como también lo solicitado por esta razón se está analizando nuevos métodos y medios para poder llevar a cabo el proyecto pero ha logrado participar a grupos afro descendientes con esto se llevara a cabo lo que se ha planificado llegando así a una sociedad igualitaria con respeto principios y valores integrando las culturas como una sola con esto se prevé que se pueda mejorar la sociedad viviendo en mundo de armonía donde todos somos tratados por igual sin discriminación o sin la necesidad de menospreciar a nuestros hermanos ecuatorianos.

5.01 Objetivo general

Nuestro objetivo general es la reducción de problemas Etnofobia en la Asociación Martinas Carrillo con esto se busca integrar a los diferentes grupos afro descendientes sin discriminación racial haciendo un país con armonía y respeto.

ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017

ORIENTACIÓN AL ESTUDIO.

5.04.01. Marketing Social

Es la aplicación de las técnicas del marketing comercial para el análisis, planeamiento, ejecución y evaluación de programas diseñados para influir en el comportamiento voluntario de la audiencia objetivo en orden a mejorar su bienestar personal y el de su sociedad”. Esta definición pertenece a Alan Andreasen y fue publicada en su libro Marketing Social Change.

El Marketing es una disciplina que ya excede el ámbito comercial, puesto que su metodología, para detectar y satisfacer necesidades de consumo y uso de bienes y servicios, también es útil para detectar y satisfacer necesidades de tipo social, humanitarias y espirituales. Por lo que su campo de acción no se limita solamente al ámbito de las empresas, sino que se extiende a asociaciones sin fines de lucro, fundaciones, entidades religiosas y también al Estado. Estos nuevos campos de acción comprenden lo que los autores denominan Marketing Social, que también incluyen las acciones de tipo social y humanitarias que realizan las empresas, para que el público las asocie a ellas y a sus marcas con una preocupación por lo social, lo humanitario y lo ecológico.

Entre los cometidos del marketing social, está el diseño de estrategias para el cambio de determinadas conductas. Para ello se vale de los adelantos en la tecnología de las comunicaciones y de las técnicas de comercialización.

**ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA
ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS
CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO “CARAPUNGO” 2017**

El concepto de Marketing social data de julio del año 1971 y lo utilizaron Kotler y Zaltman, para aplicar el uso de los postulados y técnicas del marketing comercial, en campañas de bien público o la difusión de ideas que benefician a la sociedad.

Desde entonces, este concepto se utiliza para referirse al diseño, la puesta en práctica y el control de programas que tienen como objetivo, promover una idea o práctica social en una determinada comunidad

La mayoría de los autores utilizan un concepto de Marketing social en este sentido, es decir: la aplicación de los principios del marketing y sus metodológicas y técnicas, para influir en un determinado público para su beneficio y el de toda la sociedad porque si tenemos en cuenta, que el concepto de Marketing se relaciona con las necesidades humanas y que si estas necesidades están relacionadas con lo social se deben satisfacer con la creación de un producto social, estaremos realizando un proceso de Marketing Social.

La idea, practica o el uso de un determinado elemento se denomina en marketing social producto social. Por lo tanto, aquellas personas cuyo comportamiento se quiere influir con un producto social la denominaremos clientes, al igual que en el marketing comercial.

Kotler enseña que los pasos que se deben seguir en un programa de Marketing social son los siguientes:

- 1) Definir los objetivos del cambio social
- 2) Analizar las actitudes, creencias, valores y conductas del grupo a quien se dirige el plan.

ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017

- 3) Analizar procedimientos de comunicación y distribución
- 4) Elaborar un plan de Marketing
- 5) Construir una organización de Marketing para que ejecute el plan
- 6) Evaluar y ajustar el programa para que sea más eficaz.

Es importante subrayar lo mencionado en el punto dos, puesto que para que un programa de Marketing social tenga éxito es fundamental que lo preceda una profunda investigación sobre los deseos, creencias y actitudes específicas de los destinatarios del plan, como también de las características concretas de los productos sociales.

Por lo tanto, como primer paso en el planeamiento estratégico, es necesario contar con una metodología de investigación y a partir de allí planificar en consecuencia las estrategias. Sin una estructura para comprender como las personas toman decisiones y pasan a la acción, será difícil elaborar una estrategia acertada.

Andreasen nos enseña que en una estrategia de Marketing social, es un proceso en el que se destacan dos características muy importantes:

- a) El proceso es realmente continuo, no es un tipo de actividad con un nítido comienzo y un fin.

ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017

b) Lo central es el cliente: los clientes son constantemente parte del proceso. Ese proceso comienza por estudiar sus necesidades, deseos y percepciones.

Cada grupo tiene un conjunto particular de creencias, actitudes y valores, por lo tanto las estrategias de Marketing social se deben adaptar de acuerdo a las necesidades de cada segmento al que se dirige.

Los tópicos que se pueden abordar en el Marketing social son muy variados, como por ejemplo: la violencia, alcoholismo, tabaquismo, protección del medio ambiente, transporte público, drogodependencia, sexo responsable, embarazo de adolescentes, prevención del delito, seguridad de los conductores de automóviles, agricultura, desarrollo de comunidades, conservación de la salud y la nutrición, promoción de carreras de estudio, cuidado de los ancianos, promoción de acontecimientos culturales, reciclaje, etcétera. También el Marketing social puede ser útil para influir en comportamientos como la entrega de subvenciones por parte de agentes gubernamentales o fundaciones, lograr el apoyo de los medios de comunicación social, conseguir la contribución de tiempo, trabajo y esfuerzo de voluntarios para campañas de Marketing social, etcétera.

De acuerdo a estas consideraciones, podemos decir, junto con Andreasen, que el “Marketing Social es la aplicación de las técnicas del marketing comercial para el análisis, planeamiento, ejecución y evaluación de programas diseñados para influir en comportamiento voluntario de la audiencia objetivo en orden a mejorar su bienestar personal y el de su sociedad”.

ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO “CARAPUNGO” 2017

(Pineda, 2016)

El plan de Marketing Social se puede estructurar de la siguiente forma:

Investigación y Análisis de los posibles destinatarios del Programa.

Se realiza socialización con integrantes de la fundación con el fin de localizar los problemas que la misma mantiene de esta forma se busca encontrar soluciones y las mejores estrategias para ponerlas en plan de trabajo.

Evaluación de la situación actual.

De acuerdo a los antecedentes de la fundación podemos percatarnos que los problemas de racismo no solamente ha sufrido la fundación sino también sus integrantes en su etapa escolar o incluso en lugares públicos.

Análisis F. O. D. A.

MATRIZ FODA	FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES(D)
	I. Conocimiento de costumbres y tradiciones afro ecuatorianos. II. Proyección de una buena imagen cultural.	I. Poco conocimiento cultural. II. Baja publicidad.
OPORTUNIDADES(O) I. Incremento de integrantes en fundación. II. Disminución de nivel de racismo a nivel del sector	FO Mayor aceptabilidad de la fundación en el sector de Carapungo con esto se conseguirá que los jóvenes deseen participar en la fundación donde se sentirán aceptados y en familia.	DO Ejecutar plan de conocimiento y retroalimentación cultural obteniendo así un mayor nivel de aceptabilidad y adaptación.
AMENAZAS Tendencia a seguir a determinados grupos que fomenten la discriminación	FA Se estudiara los sectores involucrados con el fin de disminuir estos grupos negativos	DA Se buscara incrementar nivel de publicidad con mensajes que logren incrementar el lado susceptible de los grupos involucrados.

Tabla 1 FODA

Elaborado Paola Pallo

ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017

4) Evaluación de estrategias de Marketing social

5) Diseño del Programa

Para socializar se realizara:

Talleres de integración:

En esta época vacacional la fundación Martinas Carrillo realizara campamentos vacacionales con la finalidad de integrar a toda la comunidad del Sector de Carapungo.

Publicidad.

Se realizara eventos públicos en los cuales se presente a la fundación como sinónimo de cultura, baile y tradición afro ecuatoriana, mismos eventos se realizaran en plazas públicas mediante los respectivos permisos.

7) Ejecución del Plan de marketing social

Se pondrá en camino todo lo planificado mediante el FODA de esta manera se reconocerá que le lo que tenemos a favor y que se necesita mejorar para su mejor curso.

9) Control del Programa de marketing social

10) Evaluación del Plan de marketing social.

**ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA
ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS
CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017**

Elementos Éticos del Marketing Social.

El trabajo en marketing social es un servicio que beneficia a las personas y deben llevarlo a cabo personas que ante todo tengan un espíritu de servicio, que los guíe y los constituya en verdaderos servidores del prójimo.

El destinatario de un programa de marketing social es nuestro cliente que tiene una necesidad y debemos satisfacerla con un espíritu solidario.

El trabajo en marketing social es conveniente realizarlo con una perspectiva amplia, en la que deben entrar en consideración no solamente las necesidades coyunturales sino también las estructurales.

Para ello el profesional de marketing social, necesita de una cuidadosa formación integral, que le dé instrumentos para desempeñarse con sabiduría en su profesión. Se debe tener en cuenta que muchos profesionales que deseen ejercer su profesión con el espíritu solidario que hemos mencionado, encontraran en muchas ocasiones un entorno adverso. Por eso, su formación requiere de una formación doctrinal sistemática en los aspectos tanto técnicos como éticos. Esta formación debe ser incluida tanto en los programas de grado como en los de postgrado.

**ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA
ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS
CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017**

Desafortunadamente en Argentina, no se observa una adecuada formación de profesionales de marketing social, por un prejuicio existente respecto de que el marketing no puede ser un instrumento adecuado para gestionar las causas sociales.

Considero que la universidad como institución que debería abrirse generosamente al estudio y la investigación de tecnologías de gestión como el marketing social que desarrollan un conocimiento que permitiría encontrar nuevas soluciones para las distintas problemáticas sociales existentes en la sociedad argentina

La disciplinas existentes dedicadas a la gestión de causas sociales, no deberían ver al marketing social como un enemigo, sino por el contrario, debería encontrar en esta especialidad, a un instrumento útil para desarrollar un dialogo interdisciplinario y un enriquecedor debate de ideas que es un medio útil para acercarse a la verdad.

El marketing social tiene como característica específica, el aprovechar estratégicamente los aportes de disciplinas como la psicología, la sociología, el derecho, la economía, la antropología, trabajo social etcétera y las tareas de investigación en las universidades en todas estas disciplinas, servirían para conocer mejor a quienes serán los destinatarios de los programas que tienen como objetivo un cambio de comportamiento.

En este tiempo de cambio constante, se hace necesaria la permanente actualización de nuestros conocimientos, por lo que la universidad, debería adaptarse a este escenario y tendría que convertirse en un lugar en el que los profesionales del marketing social encuentren las bases académicas y éticas, para ejercer con eficacia y compromiso, esta especialidad del marketing y no debería haber egresados de la carrera de marketing, que

ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017

desconozcan que el marketing puede ser un instrumento eficaz para gestionar causas sociales y no solamente, un instrumento para hacer negocios.

Diferencia entre Marketing Social y Responsabilidad Social Corporativa

actualmente existe mucha confusión entre los conceptos de marketing social y responsabilidad social, que si bien están fuertemente entrelazados y pueden ser concurrentes, tienen diferencias fundamentales que vale la pena conocer, reconocer y señalar. Por este motivo, nos dimos a la tarea de recopilar las 10 diferencias entre responsabilidad social y marketing social.

1) El marketing social es nombrado por primera vez en 1971 por Gerald Zaltman y Philip Kotler en el Artículo “Social Marketing: An Approach to Planned Social Change” ; en cuanto a la RSE, ya en el siglo XIX algunos empresarios industriales en Europa y en los EE.UU. se preocupaban por la vivienda, el bienestar y la caridad de sus empleados. Aunque la expresión surge entre los 50-60 en EE.UU., no llega a desarrollarse en Europa hasta los 90, cuando la Comisión Europea para implicar a los empresarios en una estrategia de empleo que generase mayor cohesión social, utilizó el concepto.

2) El marketing social nace en el seno de las ONG y las campañas gubernamentales para intentar cambiar actitudes sociales respecto de problemas como alcoholismo, planificación familiar, etc. No es sino hasta hace poco que comienza a integrarse formalmente a la IP. La RSE como tal es un concepto empresarial por definición.

ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO “CARAPUNGO” 2017

3) El marketing social es la serie de actividades que tiene por objeto la modificación de opiniones, actitudes o comportamientos por parte de ciertos públicos con el objeto de mejorar alguna situación social y/o medioambiental. La RSE podría definirse como la estrategia de gestión empresarial a través de la cual las compañías toman decisiones teniendo en cuenta la rentabilidad, la sociedad y el medio ambiente.

4) El marketing social es una táctica ejecutada en forma y tiempo determinados, aplicada a un segmento definido bajo objetivos empresariales donde la rentabilidad juega un papel fundamental. La RSE si bien es un conjunto de acciones que contemplan a los distintos stakeholders de la compañía, no es una táctica, es la estrategia misma de la empresa y los beneficios percibidos si bien tocan la rentabilidad, se extienden a la reputación corporativa, el goodwill social, el sentido de pertenencia de los colaboradores, la valorización de acciones, entre otros muchos.

5) Una empresa que ejecuta marketing social no necesariamente es socialmente responsable; sin embargo, una empresa socialmente responsable, generalmente ejecuta alguna campaña de marketing social.

6) El marketing social puede ser ejecutado indistintamente por gobiernos, ONG, empresas e incluso empresas sociales. La RSE es empresarial por definición y como tal, la mayoría de literatura y organizaciones promotoras, se alinean a ese concepto, aunque actualmente comiencen a surgir otras vertientes como la RSU o responsabilidad social universitaria o la RSI o responsabilidad social individual.

ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS

CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017

7)- El marketing social es a final de cuentas, marketing, y para ejecutarse se tienen que dominar sus conceptos. En otras palabras, se establecen objetivos, mercados meta, pruebas de portafolio, focus group, ejecuciones en canal, medios, mediciones, ROI, y normalmente se realiza en forma de campaña anual. La RSE es una estrategia permanente transversal a todas las áreas de una organización y enfocada a stakeholders.

Objetivos del marketing social:

- Identificar problemas de la fundación.
- Conseguir socialización entre comunidades.
- Integrar culturas
- Respetar razas
- Incrementar nivel de aceptación en sector Carapungo
- Promover charlas motivadoras

Mercado meta

Se destina el proyecto como principal al sector de Carapungo ubicado en el sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Su población actual es de 300.000

**ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA
ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS
CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017**

Focus group

Se realiza socialización con jóvenes de la asociación Martianas Carrillo logrando conseguir la aceptación de nuestra campaña anti racial se intercambió ideas así como también juegos acompañados de música para un mejor desempeño de la juventud en la participación del foro,

8) El marketing social puede ser parte de la estrategia de responsabilidad social; esta situación nunca se dará en sentido inverso.

9) Hoy en día, hay varias iniciativas que impulsan la RSE, como el Pacto Mundial, la GRI, la OCDE, CSR Europe, el Cemefi, el Instituto ETHOS, el IARSE, entre otras muchas organizaciones locales y globales, ya que los beneficios de la RSE son mucho más integrales que los del marketing social, aún cuando existan campañas tremendamente exitosas como RED, impulsada por Bono y un gran cúmulo de marcas comprometidas.

En este contexto, es factible comprobar la profunda diferencia entre los dos conceptos, aún cuando en ocasiones suelen estar profundamente hermanados. Por el otro lado, también hay que señalar, que para muchas empresas cuya estrategia general se sustenta fuertemente en el marketing, la RSE se abre camino y tiene sostén en gran parte, gracias al marketing social. Con todo esto es fácil constatar lo fútil de las críticas que muchos defensores de la RSE hacen al decir que el marketing y la responsabilidad social no están relacionados, cuando la realidad es que cuando estos dos conceptos se entrelazan, los resultados se potencian en una sinergia sin precedente para las organizaciones.

ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017

5.04.02. Objetivos Marketing Social

1. Proporcionar información. Llevar a cabo programas educativos e informativos con la finalidad de dar a conocer las diferentes razas que conforman nuestro maravilloso país.

Se necesita que los centros estudiantiles tomen cartas en el asunto ya que ellos son los que deben empezar a prevenir el racismo en las aulas de clase para después poco a poco erradicarlo del país.

2. Estimular acciones beneficiosas para la sociedad: tratan de inducir al mayor número posible de personas a tomar una acción determinada durante un periodo de tiempo dado

Se debe realizar mañanas integradoras donde puedan participar diferentes grupos étnicos de esta manera conseguir la integración cultural y social.

3. Cambiar comportamientos nocivos: tratan de inducir o ayudar a las personas a cambiar algún aspecto de su comportamiento que pueda beneficiarles.

Se contrata personal capacitado para evitar que el racismo se propague en los niños y adultos.

5. Cambiar los valores de la sociedad: hay causas sociales que intentan modificar las creencias o valores arraigados en la sociedad.

**ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA
ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS
CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017**

Se busca rescatar valores y principios que se ha perdido a causa de una sociedad que juzga sin conocer a las personas.

5.04.03 Publicidad sin fines de lucro.

Resulta muy difícil de creer que grandes y medianas empresas, inviertan en campañas sociales no lucrativas, ya que estamos acostumbrados, a que estas por lo general nos bombardeen, de bienes y servicios, persiguiendo así el objetivo de lucro económico. El Marketing Social se ha venido usando para describir, actividades destinadas a incrementar la aceptabilidad de causas sociales, ideas o conductas apetecibles al

Individuo.

A medida que ha pasado el tiempo, en la Economía Actual se ha empezado a notar de una forma más contundente y definitiva el interés y susceptibilidad de muchas empresas y organizaciones con el fin de crear entre su público consumidor concientización y sensibilidad acerca de la aceptación de ciertos productos de consumo, sin llegar a aprovecharse del cliente y mucho menos que este se sienta obligado a un determinado consumo. El benefactor es la organización o asociación, que disponen o emiten parte de sus ganancias a obras sociales; mientras que, el beneficiario es el que goza de la ayuda obsequiada por parte de los entes no gubernamentales, (la mayoría de los casos el benefactor hace llegar su aporte al ente gubernamental que esté encargado del segmento poblacional a quien va dirigida la ayuda).

ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017

El Marketing social o Marketing sin fines de lucro no es más que las ventas de ideas sociales, pero no por eso debe ser menos despreciada, ya que esta acarrea el mismo esfuerzo y pasos para llegar al objetivo final el cual es vender una ideología o manera de pensar determinada en un público consumidor.

Nosotros como grupo hemos discutido sobre varios factores o aspectos de este tipo de Marketing los cuales son:

- Marketing sin Fines de Lucro
- Mercados objetivos
- Aplicación de la Mezcla de Mercados

5.05 Relación de contenidos.

El marketing social es una herramienta que nos permite socializar con las personas desde el punto humano conociendo sus necesidades y requerimientos de esta manera identificar qué tipo de publicidad se puede otorgar al proyecto en viabilidad de esta manera se busca conseguir una publicidad donde el único pago que se tenga es la satisfacción de realizar una buena acción con esto se prevé conseguir el respeto de las personas a un pequeño grupo aislado como es los afro ecuatorianos.

**ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA
ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS
CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017**

5.06 Metodología utilizada

El método usado es el inductivo ya que parte de lo particular a lo general de la misma manera el material utilizado será las encuestas realizadas antes y después de la creación de este proyecto para lo cual se cuenta con una población de 30 personas

5.07 Encuestas

5.07.01 Diseño de encuestas.

Objetivo: Identificar problemas raciales en la comunidad de Carapungo.

Lea con atención y conteste con la verdad.

INSTITUTO TECNOLÓGICO CORDILLERA

Encuesta

1.- CONOCE USTED DE LAS DIFERENTES RAZAS DEL ECUADOR

1: SI:

3: NO:

5: MUY POCO:

2.- CREE USTED QUE ALGUNOS PROGRAMAS NACIONALES

ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA
ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS

CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017

DISCRIMINAN A LAS PERSONAS AFROECUATORIANAS

Si:

No:

3. HA PARTICIPADO EN EVENTOS SOCIOETNICOS

Si:

No:

4.- CONOCE USTED HA ALGUNA PERSONA QUE HAYA SIDO VICTIMA DE
RACISMO

Si:

No:

5.-CREE USTED QUE EL RACISMO SE PODRIA ERRADICAR.

SI:

NO:

MUY POCO:

6.- CREE USTED EN LA INTEGRACION CULTURAL

Si:

No:

**ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA
ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS**

CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017

7.-LE GUSTARÍA PARTICIPAR EN CAMPAÑAS ANTI RACISMO

Si:

No:

8.-CONOCE DE LA FUNDACION MARTINAS CARRILLO

Si:

No:

9.- EN QUE MEDIO DE COMUNICACIÓN USTED HA ESCUCHADO MOFAS
(BURLAS) SOBRE AFROECUATORIANOS.

Televisión:

Radio:

Redes Sociales:

10.- HA SUFRIDO USTED DE RACISMO EN SU ETAPA ESCOLAR

SI:

NO:

11.- LE GUSTARIA PARTICIPAR EN CHARLAS ANTI RACISMO

SI:

NO:

**ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA
ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS
CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017**

5.07.02 Socialización

1.- CONOCE USTED LAS DIFERENTES RAZAS DEL ECUADOR.

SI	13	47%
NO	1	3%
MUY POCO	16	53%
TOTAL	30	100%

Tabla 2 CONOCE USTED LAS DIFERENTES RAZAS DEL ECUADOR.

Elaborado: Paola Pallo

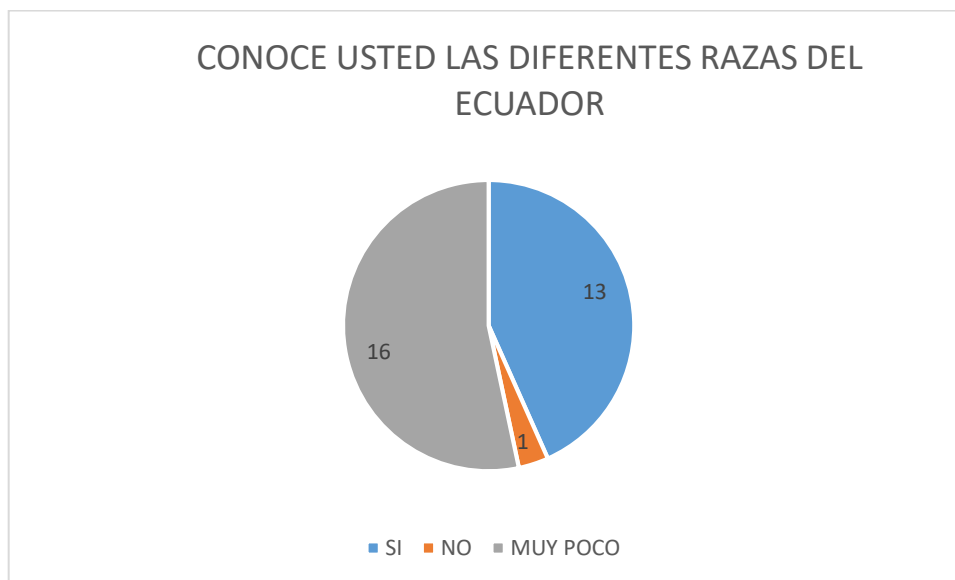


Ilustración 1 CONOCE USTED LAS DIFERENTES RAZAS DEL ECUADOR.

Elaborado: Paola Pallo

**ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA
 ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS
 CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017**

Podemos identificar mediante la encuesta realizada que las personas no conocen las razas que tienen nuestro país por lo cual no se sienten identificadas con una etnia propia, lo primero que se deberá hacer es dar a conocer mediante charlas es cultura y etnias del Ecuador con esto conseguir respeto a las diferentes razas.

2.- CREE USTED QUE ALGUNOS PROGRAMAS NACIONALES DISCRIMINACION A LAS PERSONAS DE DIFERENTE RAZA

SI	29	97%
NO	1	3%
TOTAL	30	100%

Tabla 3 CREE USTED QUE ALGUNOS PROGRAMAS NACIONALES DISCRIMINACION A LAS PERSONAS DE DIFERENTE RAZA

Elaborado: Paola Pallo



Ilustración 2 CREE USTED QUE ALGUNOS PROGRAMAS NACIONALES DISCRIMINACION A LAS PERSONAS DE DIFERENTE RAZA

Elaborado: Paola Pallo

ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017

De acuerdo a los resultados estipulados con la encuesta realizada se identifica claramente que la discriminación existe y es necesario erradicarla para el bien la fundación.

3.- HA PARTICIPADO EN EVENTOS

SOCIOETNICOS

SI	26	86%
NO	4	14%
TOTAL	30	100%

Tabla 4 HA PARTICIPADO EN EVENTOS SOCIOETNICOS

Elaborado: Paola Pallo



Ilustración 3HA PARTICIPADO EN EVENTOS SOCIOETNICOS

Elaborado: Paola Pallo

**ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA
 ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS
 CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017**

Los resultados nos indican que la mayoría de personas encuestadas han asistido a eventos realizados en la fundación pero cabe recalcar que la encuesta fue dada en la fundación con los participantes que la conforman.

4.- CONOCE USTED A ALGUNA PERSONA QUE HAYA SIDO VICTIMA DE RACISMO

SI	30	100%
NO	0	0
TOTAL	30	100%

Tabla 5 CONOCE USTED A ALGUNA PERSONA QUE HAYA SIDO VICTIMA DE RACISMO
Elaborado: Paola Pallo



Ilustración 4 CONOCE USTED A ALGUNA PERSONA QUE HAYA SIDO VICTIMA DE RACISMO
Elaborado: Paola Pallo

**ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA
 ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS
 CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017**

Podemos observar que de acuerdo a los participantes de la encuesta la mayoría en su totalidad han sufrido o han presenciado actos de racismo por lo cual nos da la oportunidad de buscar solución a nuestro problema planteado.

5.- CREE USTED QUE EL RACISMO SE PODRIA ERRADICAR

SI	5	17%
NO	1	3%
MUY POCO	24	80%
TOTAL	30	100%

Tabla 6 CREE USTED QUE EL RACISMO SE PODRIA ERRADICAR

Elaborado: Paola Pallo



Ilustración 5 CREE USTED QUE EL RACISMO SE PODRIA ERRADICAR

Elaborado: Paola Pallo

**ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA
 ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS
 CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017**

De acuerdo a los resultados se puede verificar que los integrantes de la fundación no confían que el racismo se podría erradicar y si se lo haría buera en muy bajo porcentaje.

6.-CREE USTED EN LA INTEGRACION CULTURAL

SI	28	93%
NO	2	7%
TOTAL	30	100%

Tabla 7 CREE USTED EN LA INTEGRACION CULTURAL
 Elaborado: Paola Pallo

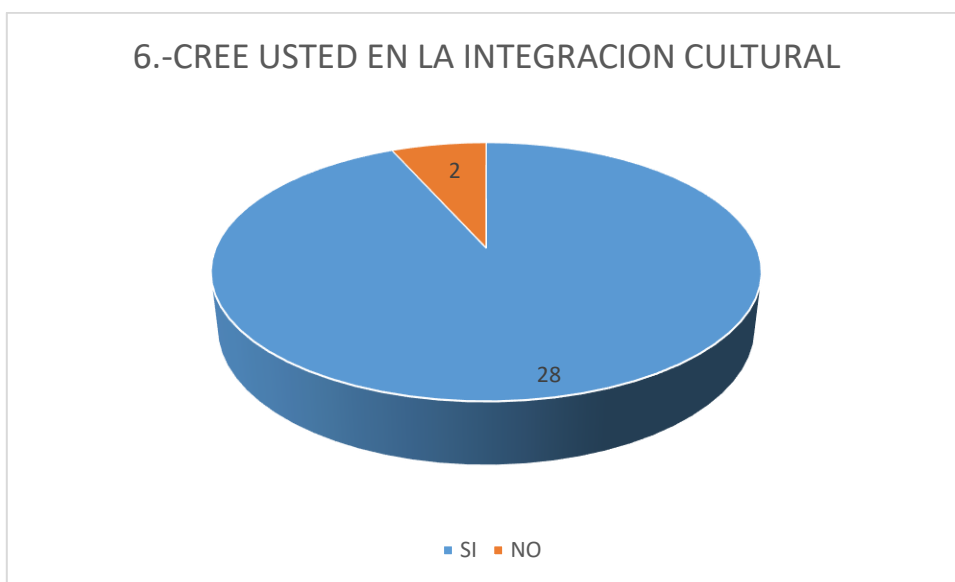


Ilustración 6 CREE USTED EN LA INTEGRACION CULTURAL
 Elaborado: Paola Pallo

De acuerdo a la encuesta realizada se determina que los jóvenes integrantes de la asociación sienten que se puede conformar una integración cultural dando como resultado unión de las diversas culturas que conforman la comunidad

7.- LE GUSTARIA PARTICIPAR EN CAMPAÑAS ANTI RACISMO

SI	30	100%
NO	0	0
TOTAL	30	100%

Tabla 8 LE GUSTARIA PARTICIPAR EN CAMPAÑAS ANTI RACISMO
 Elaborado: Paola Pallo



Ilustración 7 LE GUSTARIA PARTICIPAR EN CAMPAÑAS ANTI RACISMO
 Elaborado: Paola Pallo

Se pudo determinar que las personas encuestadas desean participar en un cien por ciento a las campañas anti racismo con esto lograr ser aceptados y tratados por igual.

8.- CONOCE A LA FUNDACION MARTINAS CARRILLO

SI	27	90%
NO	3	10%
TOTAL	30	100%

Tabla 9 CONOCE A LA FUNDACION MARTINAS CARRILLO

Elaborado: Paola Pallo

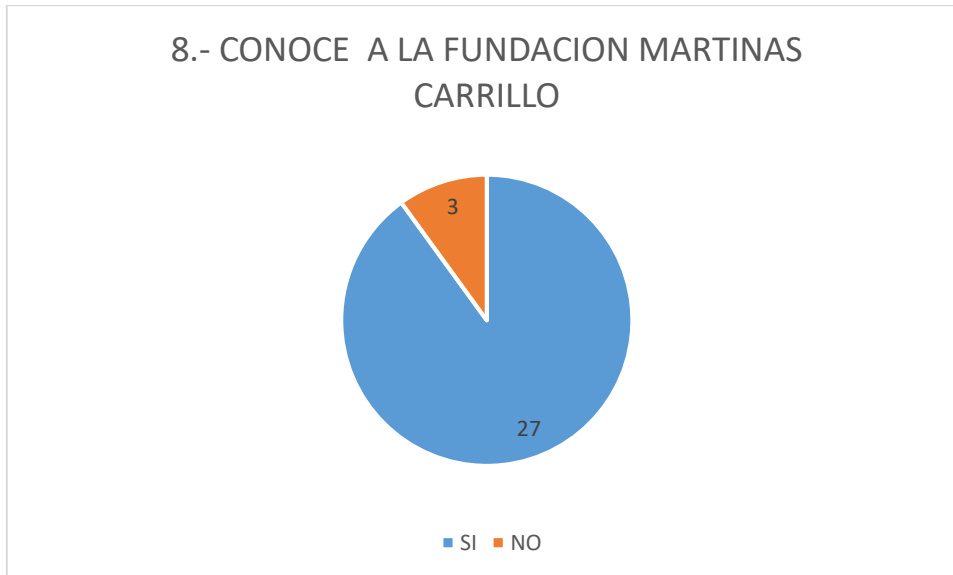


Ilustración 8 CONOCE A LA FUNDACION MARTINAS CARRILLO

Elaborado: Paola Pallo

ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA
ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS
CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO “CARAPUNGO” 2017

Al realizar la encuesta con los integrantes podemos denotar que la fundación en la actualidad es muy conocida pero se recalca que ha sido realizada por los integrantes de la misma.

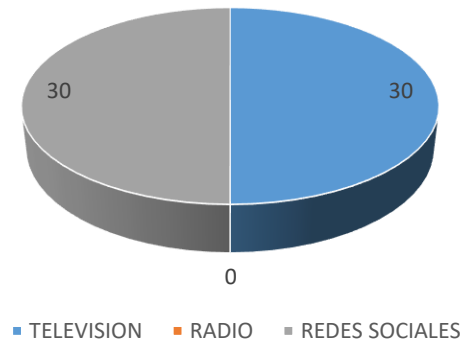
9.- EN QUE MEDIOS DE COMUNICACION USTED HA ESCUCHADO MOFAS
(BURLAS) SOBRE AFROECUATORIANOS

TELEVISION	30	100%
RADIO	0	0
REDES SOCIALES	30	100%
TOTAL	30	100%

Tabla 10 EN QUE MEDIOS DE COMUNICACION USTED HA ESCUCHADO MOFAS
(BURLAS) SOBRE AFROECUATORIANOS

Elaborado: Paola Pallo

**9.- EN QUE MEDIOS DE COMUNICACION USTED
HA ESCUCHADO MOFAS(BURLAS) SOBRE
AFROECUATORIANO**



**Ilustración 9 EN QUE MEDIOS DE COMUNICACION USTED HA ESCUCHADO MOFAS (BURLAS)
SOBRE AFROECUATORIANOS**

Elaborado: Paola Pallo

De acuerdo a la encuesta realizada se puede determinar que las personas opinan que donde más influye el tema de racismo es en medios televisivos y en las redes sociales lo cual nos ayuda a determinar la parte fundamental de nuestra campaña.

10.- HA SUFRIDO USTED DE RACISMO EN SU ETAPA ESCOLAR

SI	30	100%
NO	0	0
TOTAL	30	100%

Tabla 11 HA SUFRIDO USTED DE RACISMO EN SU ETAPA ESCOLAR

Elaborado: Paola Pallo

**ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA
ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS
CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017**

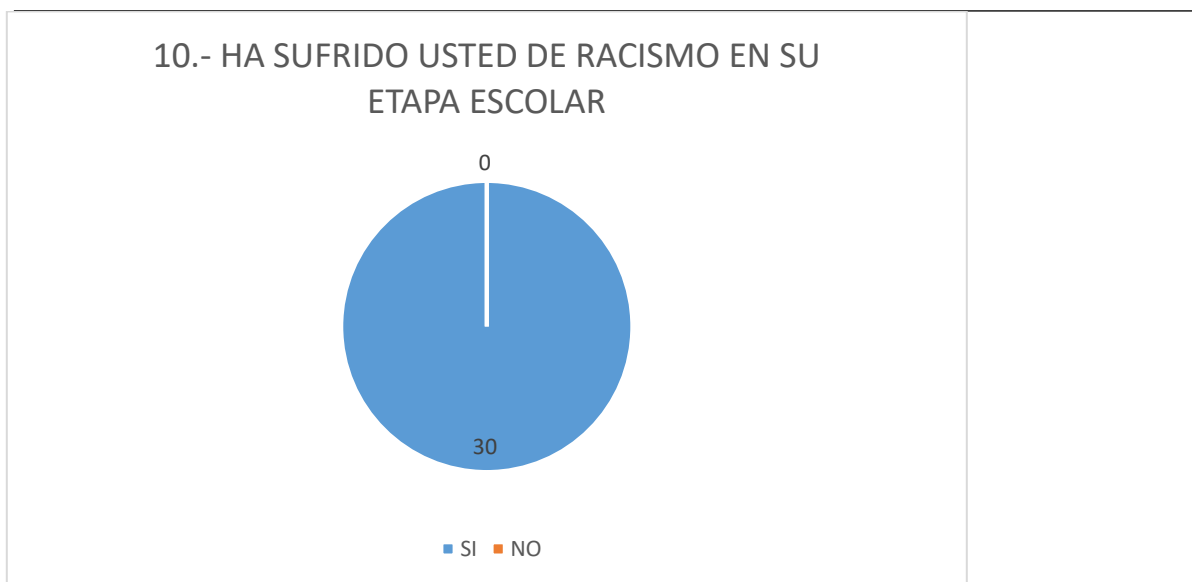


Ilustración 10 HA SUFRIDO USTED DE RACISMO EN SU ETAPA ESCOLAR
 Elaborado: Paola Pallo

De acuerdo a la encuesta realizada se puede determinar que todos los integrantes de la fundación han sufrido discriminación en su etapa escolar ya sea por maestros o por sus propios compañeros.

11.- LE GUSTARIA PARTICIPAR EN CHARLAS ANTI RACISMO

SI	30	100%
NO	0	0
TOTAL	30	100%

Tabla 12LE GUSTARIA PARTICIPAR EN CHARLAS ANTI RACISMO
 Elaborado: Paola Pallo

ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017

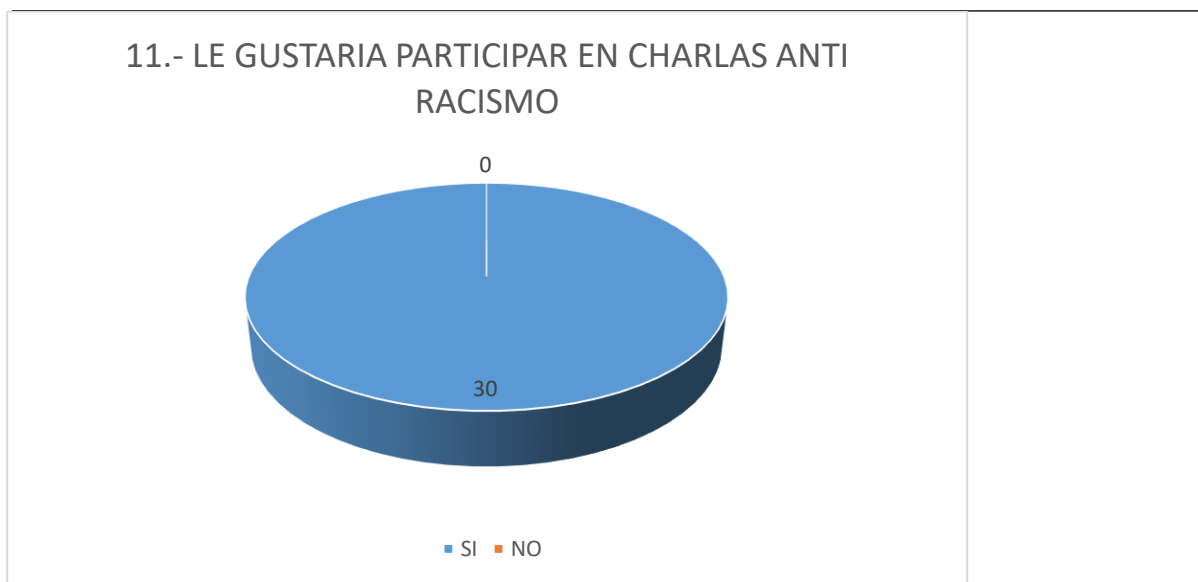


Ilustración 11 LE GUSTARIA PARTICIPAR EN CHARLAS ANTI RACISMO

Elaborado: Paola Pallo

Las personas se encuentran interesadas en participar en las charlas programadas anti racismo de esta manera se puede determinar el grado de aceptación de las charlas a realizar sobre todo el interés que le darán a la misma.

5.08. Taller 5.08.01. Video de bienvenida (3.57min)

<https://www.youtube.com/watch?v=zvCqzjm0-Kg>

5.09.02. Reglas de oro

- ❖ Poner atención a la exposición
- ❖ Participar activamente

ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017

-
- ❖ Respeto
 - ❖ Apagar celulares

5.09.03. Video de actividad para iniciar la exposición (4.40 min)

<https://www.youtube.com/watch?v=C2J60jqStXk>

5.09.03.01. Tema 1 Que es el racismo



Ilustración 12 Que es el racismo

Elaborado: Paola Pallo Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=C2J60jqStXk>

ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA
ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS
CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017

5.09.03.01. Tema 2 Día mundial del racismo



Ilustración 13 Día mundial del racismo

Elaborado: Paola Pallo Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=C2J60jqStXk>

ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA
ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS
CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017



Ilustración 14 Día mundial del racismo

Elaborado: Paola Pallo Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=C2J60jqStXk>



Ilustración 15 IGUALDAD DE DERECHOS

Elaborado: Paola Pallo Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=C2J60jqStXk>

ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA
ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS
CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017



Ilustración 16 IGUALDAD DE DERECHOS 2

Elaborado: Paola Pallo Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=C2J60jqStXk>

5.09.09 Retroalimentación

Se retroalimenta a la comunidad de Carapungo indicando que se debe evitar el racismo ya que puede acarrear varias consecuencias por lo cual se realiza presentación de danza afro ecuatoriana con el fin de compartir todos los participantes.

CAPITULO VI ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.01. Recursos

Se denomina recursos a todos aquellos elementos que pueden utilizarse como medios a efectos de alcanzar un fin determinado. Así, por ejemplo, es posible hablar de recursos económicos, recursos humanos, recursos intelectuales, recursos renovables, etc. Desde esta perspectiva, todo recurso es un elemento o conjunto de elementos cuya utilidad se fundamente en servir de mediación con un objetivo superior. Dada lo amplio de la definición, es obvio que el término se emplea en una gran variedad de ámbitos y circunstancias. No obstante, existen algunos ámbitos donde su utilización tiene unos límites bien definidos debido a la importancia que este tipo particular de recursos implica.

Los recursos son todos aquellos bienes utilizados para la realización de un bien o servicio tiene como finalidad ayudar a definir cuanto vamos a invertir para poder realizar, se dice que los recursos son todos los implementos utilizados para la creación de la socialización.

6.01.01. Recursos Humanos

- Población: 30 personas
- Director: 1 persona

ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017

-
- Investigadores: 1 persona

6.01.02. Recursos audiovisuales

- Pantalla
- Computadora portátil
- Flash Memory
- Parlantes

6.01.03. Material de apoyo

- Cuaderno (uno por asistente)
- Esferos
- lápiz

6.02. Presupuestos

MAQUINARIAS Y EQUIPOS			
CANTIDAD	DESCRIPCION	VALOR	TOTAL
1	IMPRESORA	420.00	420.00
1	LAPTOP	1200.00	1200.00
TOTAL	1620.00		

Tabla 13 MAQUINARIAS Y EQUIPOS
Elaborado Paola Pallo

**ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA
ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS
CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017**

SUMISTROS Y MATERIALES				
1	RESMA DE PAPEL	75 GRAMOS	4.50	4.50
3		ESFEROS	1.50	1.50
2		LAPIZ	1.00	1,00
1		CORRECTOR	2.00	2.00
1		ANILLADO	2.50	2.50
1		INTERNET	25.00	25.00
TOTAL		36.50		
RECURSO HUMANO				
TOTAL		1656.50		
TOTAL GENERAL		1656.50		

Tabla 14 SUMISTROS Y MATERIALES

Elaborado Paola Pallo

ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017

6.03. Cronograma.

MES		JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE			
SEMANA		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Explicación de la Matriz de Marco Lógico.												
2	Estructura de la Matriz de Marco Lógico.												
3	Explicación sobre cómo realizar la propuesta del proyecto.												
4	Explicación del capítulo seis y siete.												
5	Elaboración de la Matriz de Marco Lógico.												
6	Elaboración de la propuesta del proyecto.												
7	Optación de herramientas para la elaboración del taller.												
8	Realización del capítulo Seis y siete.												
9	Culminación y presentación del proyecto.												

Tabla 15 Cronograma
Elaborado Paola Pallo

ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017

Después de la socialización realizada podemos comprobar que el racismo ha sido casi erradicado por lo cual es importante recalcar que la fundación MARTINAS CARRILLO y su dirigente señorita Victoria Méndez participaron plenamente en las capacitaciones así como también nos hicieron partícipes de varios de sus eventos donde se puso en práctica nuestro mensaje anti racismo dejando en claro la cultura y equidad de mestizaje, consiguiendo que nuestra campaña tenga éxito donde los negros palabra nativa de ellos sean respetados escuchados que ya no sean víctimas de comentarios racistas o mofas, con esto se ha integrado a la comunidad en la actualidad participan en el palenque vacacional donde no solo participan niños de raza negra si no de varias razas y mestizajes verificando y comprobando que el racismo está quedando atrás pero falta mucho por hacer.

**ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA
ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS
CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017**

SOCIALIZACION



Ilustración 17 SOCIALIZACION
Elaborado Paola Pallo

**ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA
ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS
CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017**



Ilustración 18 SOCIALIZACION ENCUESTAS
Elaborado Paola Pallo

**ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA
ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS
CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017**



Ilustración 19 DANZA MARTINAS CARRILLO
Elaborado Paola Pallo

**ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA
ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS
CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017**



Ilustración 20 INFORMACION PROPORCIONADA
Elaborado: DIARIO EL QUITENÑO

ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA
ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS
CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017

CAPITULO VII ASPECTO ADMINISTRATIVO

7.01 CONCLUSIONES

- Se puede decir de acuerdo a las posturas de varios autores que el racismo es un monstruo social ya que perjudica a niños y adultos con esto se debe implementar este proyecto para evitarlo.
- La fundación Martinas Carrillo es una de las pocas entidades que lucha por dar a conocer su raza etnia y cultura.
- El racismo afectado a diferentes grupos sociales sin respetar edad género o incluso poder social.

**ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA
ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS
CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017**

7.02 Recomendaciones

- Se debe implementar más lugares donde se pueda dar a conocer las culturas y etnias que conforman el país,
- Se debe impulsar valores y principios desde el hogar, para con esto no hacer que en un futuro nuestros hijos discriminen a las personas por no ser iguales por fuera que ellos y sea un círculo de nunca acabar.
- Se debe incrementar mayor información sobre los medios de comunicación donde nos hagan valorar a nuestra sociedad no discriminarla.

ANEXOS

**ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA
ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS
CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017**

SITUACION EMPEORADA	SITUACION ACTUAL				SITUACION MEJORADA
Niños y adultos con traumas etnofobicos	Etnofobia en medios de comunicación en Asociación Martinas Camillo				Niños y adultos con valores y principios respetando las etnias de cada persona
FUERZAS IMPULSADORAS	I	PC	I	PC	FUERZAS BLOQUEADORAS
Charlas integradoras sobre el tema	1	4	4	2	Integración de la sociedad
Intervención psicológica	1	4	4	1	Escasa cooperación e interés
Programas de capacitación sobre etnias y culturas	2	5	5	2	Poca participación en la capacitación por mal distribución de tiempo
Eventos integradores	2	5	4	2	Abandono de integración y participación.

Tabla 16 MATRIZ T

Elaborado: Paola Pallo

ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017

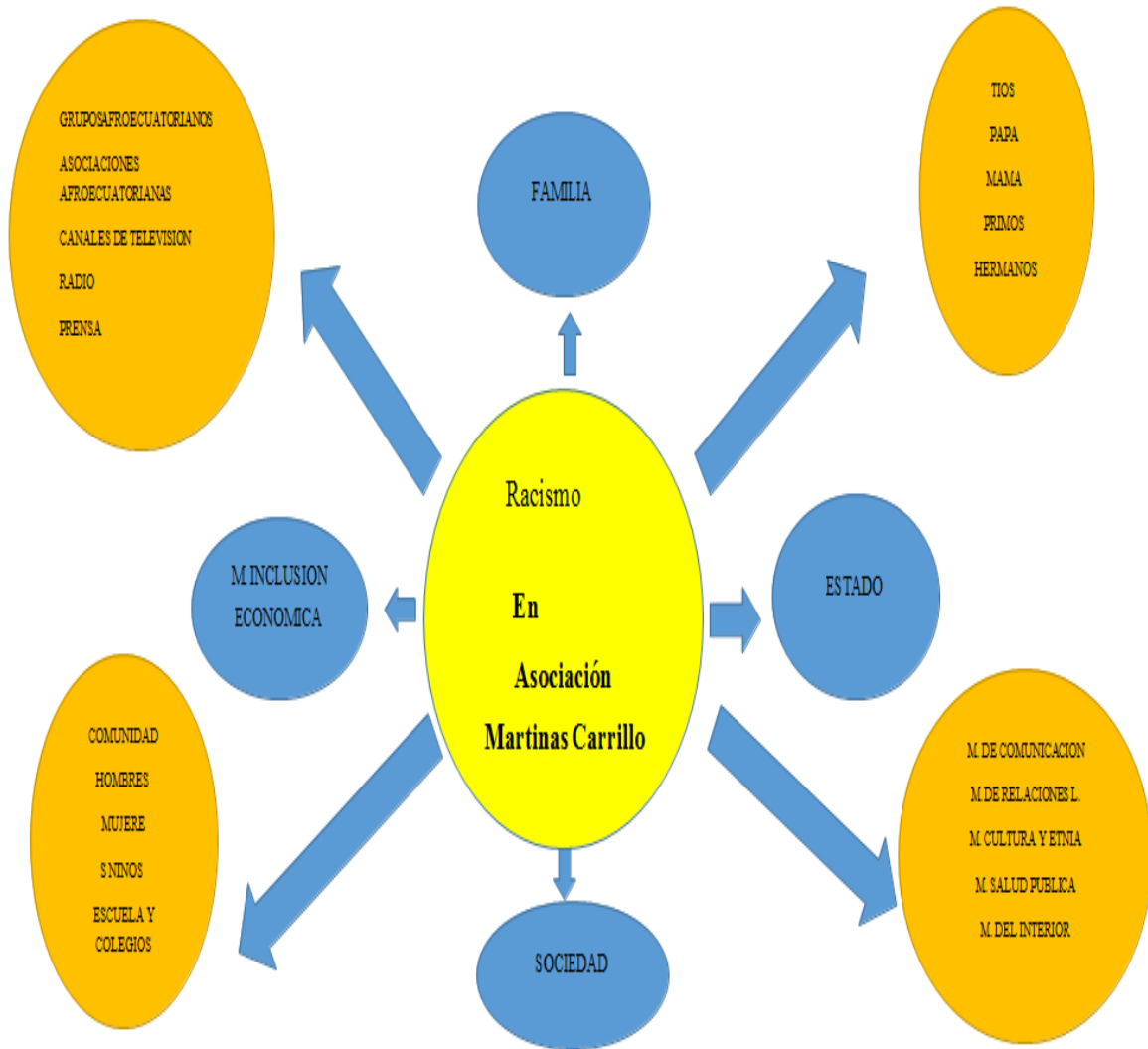


Ilustración 21 MAPEO INVOLUCRADOS

Elaborado Paola Pallo

ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS

CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017

Actores Involucrados	Interés sobre el problema central	Problemas percibidos	Capacidades mandatos recursos	Interés sobre el proyecto	Conflictos potenciales
SUPERCOM	Entidad encargado de controlar y regular los medios de comunicación del país	Discriminación en medios de comunicación	ART. 61 Y ART 62 Ley Orgánica de Comunicación	incentivar publicidad basada en respeto e integridad afro ecuatoriana	irrespetar ley orgánica de comunicación
Familia	Grupo encargado de enseñar principios y valores sobre el respeto.	Escasos principios y valores.	Motivar a que las familias inculquen valores y principios desde sus hogares mediante capacitaciones tema	Ayudar a recuperar valores y principios ausentes en la base de la sociedad	Desapego en relación del núcleo familiar

Tabla 17 ANALISIS DE INVOLUCRADOS

Elaborado Paola Pallo

ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS
CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017

Actores Involucrados	Interés sobre el problema central	Problemas percibidos	Capacidades mandatos recursos	Interés sobre el proyecto	Conflictos potenciales
Sociedad	Proporcionar la información adecuada para convivir en armonía	Discriminación por parte de este grupo guiado por etnia o género.	Objetivo 2. PNBV Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial, en la diversidad	Integrar y auspiciar la publicidad para motivar una sociedad con igualdad de género.	Desconocimiento objetivo de PNBV
Ministerio de Inclusión	Entidad encargada de ejecutar políticas, estrategias, planes, programas, proyectos y servicios de calidad y con calidez, para la inclusión económica y social,	Desintegración con programas y eventos sociales	Coordinación zonal y regional	Inclusión e integración por parte de grupos étnicos.	Falta de Comunicación entre ministerios.

ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017

Actores Involucrados	Interés sobre el problema central	Problemas percibidos	Capacidades mandatos recursos	Interés sobre el proyecto	Conflictos potenciales
Estado	Entidad encargada de regir en un país con normas y leyes así como el adecuado funcionamiento de ministerios involucrados	Falta de publicidad con ministerios involucrados	Información y colaboración de talleres integrados para la sociedad.	Integración de ministerios con la finalidad de mejorar relaciones.	Desinterés por parte de ministerios involucrados

ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017

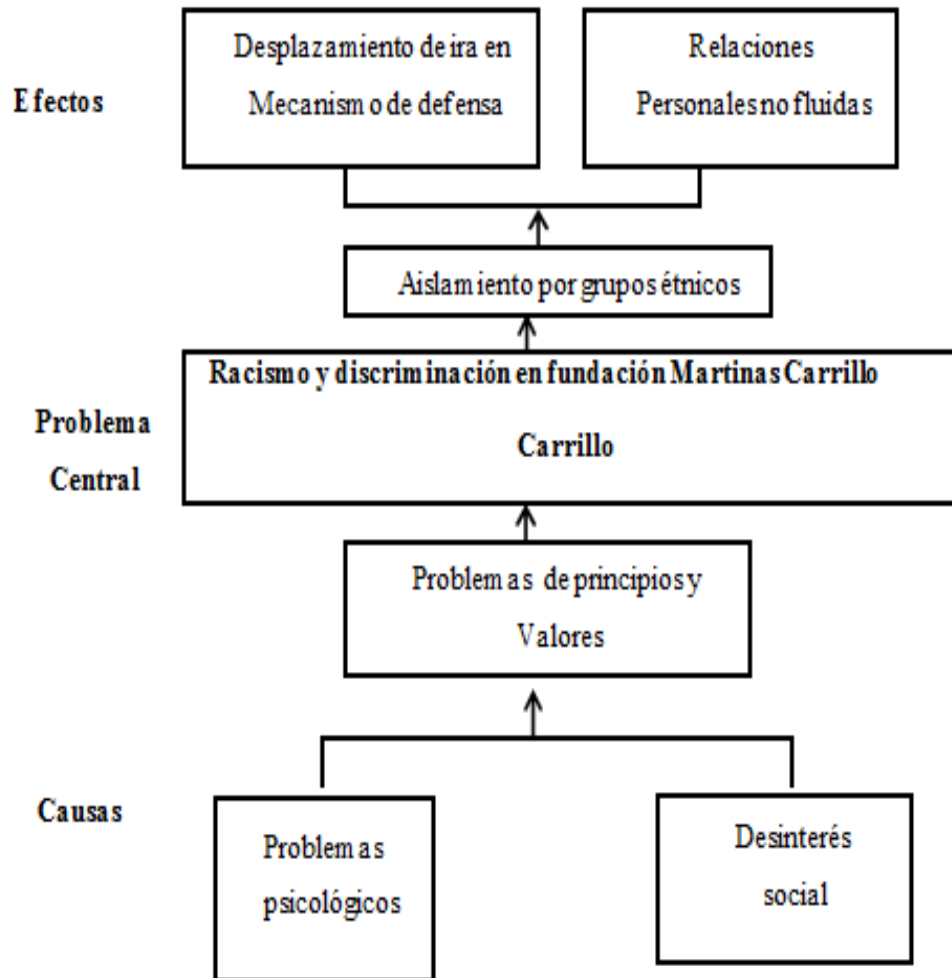


Ilustración 22 ARBOL DE PROBLEMAS

Elaborado Paola Pallo

ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA
ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS
CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017

Objetivos	Impacto sobre el propósito	Factibilidad técnica	Factibilidad financiera	Factibilidad social	Factibilidad política	Total	Categoría
Reducir problemas psicológicos	4	4	5	5	5	23	Alta
Fomentar interés social	4	5	5	4	4	22	Medio alto
Disminución Problemas de principios y valores	5	4	4	5	5	23	Alta

Tabla 18 MATRIZ DE ALTERNATIVAS

Elaborado Paola Pallo

ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA
ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS
CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017

Objetivos	Impacto sobre el propósito	Factibilidad técnica	Factibilidad financiera	Factibilidad social	Factibilidad política	Total	Categoría
Reducir problemas psicológicos	4	4	5	5	5	23	Alta
Fomentar interés social	4	5	5	4	4	22	Medio alto
Disminución Problemas de principios y valores	5	4	4	5	5	23	Alta
Reducir problemas Etnofobia de medios de comunicación en Asociación Martinas Carrillo	5	4	4	5	4	22	Medio alto

ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017

Matriz de análisis de impacto de objetivos

Objetivos	Factibilidad de lograrse	Impacto de genero	Impacto ambiental	Relevancia	Sostenibilidad	Total	Categoría
Reducir problemas psicológicos	Charlas a grupos sociales antirracismo (4)	Evitar Discriminación racial. (4)	Integración de grupos étnicos (4)	Psicólogos preparados. (5)	Disponibilidad de recursos económicos. (5)	22	Medio alto
Fomentar interés social	Dinámicas integradoras sobre tema racial(5)	Respeto a hombres y mujeres. (4)	Hombres y mujeres Respetan a la sociedad en general. (5)	Integración racial. (4)	Preparar dinámicas adecuadas que permitan Integración. (5)	23	Alto
Disminución Problemas de principios y valores	Dar a conocer principios y valores. (4)	Igualdad de género (5)	Respeto hombres y mujeres. (4)	Ejecución de principios y valores. (5)	Personal capacitado. (4)	22	Medio alto
Objetivos	Factibilidad de lograrse	Impacto de genero	Impacto ambiental	Relevancia	Sostenibilidad	Total	Categoría
Reducir problemas Etnofobia de medios de comunicación en Asociación Martinas Carrillo	Evitar el racismo en diferentes razas y culturas (4)	Integración de razas. (5)	Respeto a hombres y mujeres. (4)	Integración de diferentes razas. (5)	Respeto de artículo 61. (5)	23	Alto
TOTAL						91	Alto

Tabla 19 MATRIZ DE OBJETIVOS

Elaborado Paola Pallo

ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017

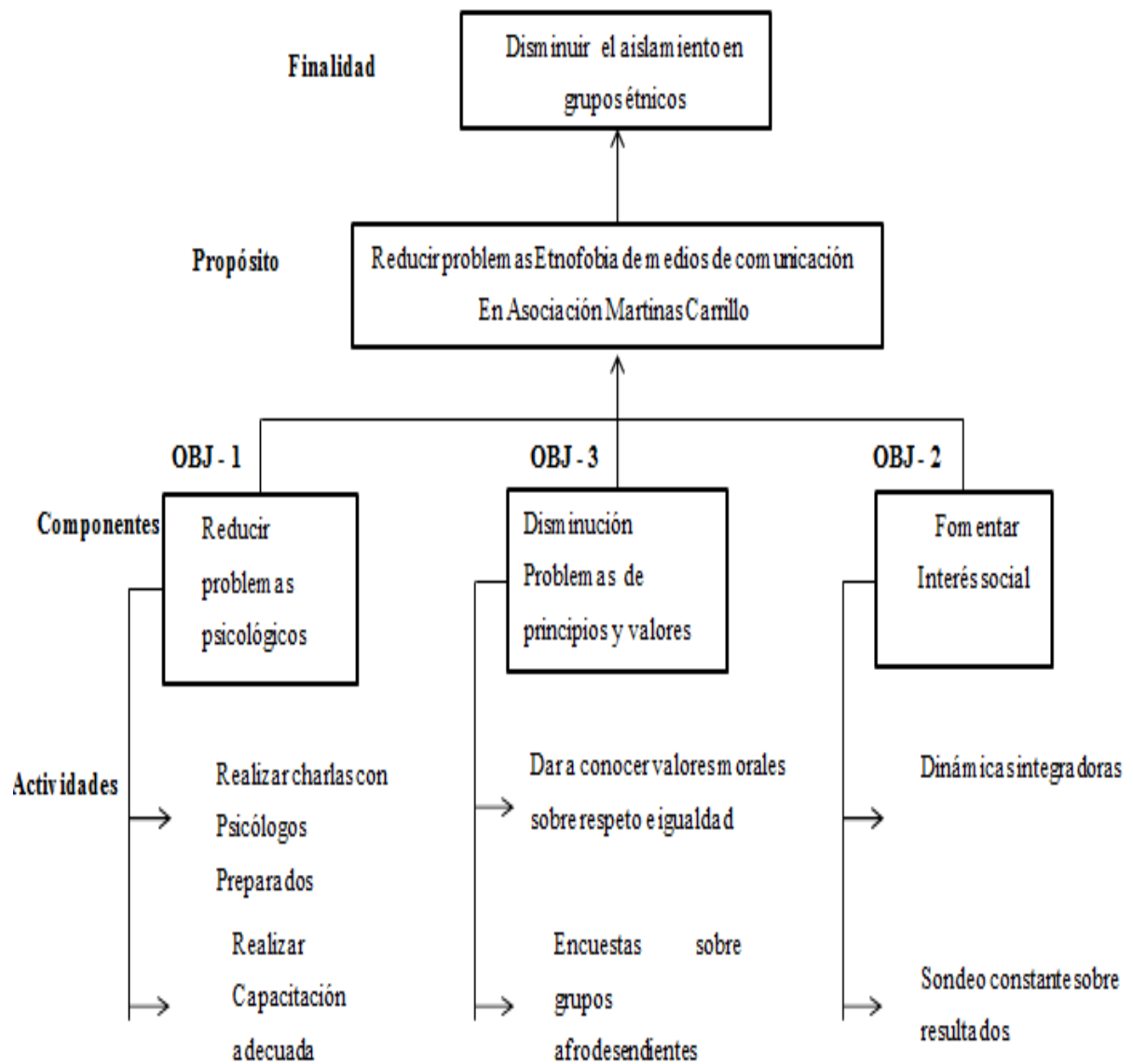


Tabla 20 DIAGRAMA ESTRATEGICO

Elaborado Paola Pallo

ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA
ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS
CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017

Finalidad	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos (+)
Disminuir el aislamiento en grupos étnicos	Después de las encuestas realizadas se puede notar el desconocimiento de la población también se puede detectar que las personas si opinan que es importante conocer sobre el respeto a la cultura y raza diferente	Se realiza encuesta en la sociedad	El grupo afrodescendiente realiza el día del negro un espacio para dar a conocer sobre su cultura y tradición
Propósito	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos (+)
Reducir problemas Etnofobia de medios de comunicación en Asociación Martinas Carrillo	Entregar información adecuada sobre los grupos Afro descendientes que existen en Ecuador.	Se guía de acuerdo a los resultados dados	La fundación apoya con presentación y charlas motivadoras

Tabla 21 MARCO LOGICO

Elaborado Paola Pallo

ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017

Componentes	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos (+)
Reducir problemas psicológicos	Contribuir con charlas motivadoras con información adecuada para de esta manera lograr incentivar a los grupos a participar en eventos culturales.	Encuestas realizadas a la población.	Las charlas serán y Capacitaciones personal dictadas por adecuado.
Disminución Problemas de principios y valores	Se realiza encuesta y se puede notar el desconocimientos razas ecuatorianas se puede denotar una falta de valores y principios en una sociedad que juzga por las apariencias.	Datos tomados de encuesta	Se promoverá conocimiento sobre principios y valores a la sociedad.
Fomentar interés social	De acuerdo a las encuestas realizadas se puede notar el interés por conocer sobre las razas y culturas que rodean al país dando 90% de interesados	Datos tomados de encuesta realizada	Se implementará programas de inclusión racial para que la sociedad participe en ellas

ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017

Actividades	Resumen del presupuesto	Medios de verificación	Supuestos (-)
Realizar charlas con psicólogos preparados	➤ Hojas de papel bon ➤ Esfero ➤ laptop ➤ Impresora ➤ Cuadernos	encuestas	Falta de interés.
Realizar capacitación adecuada			Falta de compromiso y tiempo para asistir a capacitaciones
Dar a conocer valores morales sobre respeto e igualdad			Desinterés por aprender
Encuestas sobre grupos afrodesendientes			Poca confiabilidad

Tabla 22 RECURSOS

Elaborado Paola Pallo

ELABORACION Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA ETNOFOBIA EN LA ASOCIACIÓN AFRO ECUATORIANA MARTINAS CARRILLO UBICADA EN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO "CARAPUNGO" 2017

BIBLIOGRAFIA

<https://discriminacionracial.wordpress.com/2011/06/02/invisibilizacion-del-pueblo-afroecuatoriano-en-los-medios-de-comunicacion/>

<http://www.clasesdeperiodismo.com/tag/racismo/>

<https://mglobalmarketing.es/blog/que-es-el-marketing-social/>

<https://web.unican.es/unidades/serviciopdiretribuciones/Gestionporprocesos/PDIPLA-03%20DEFINICI%C3%93N%20DE%20ALTERNATIVAS%20ESTRAT%C3%89GICAS.pdf>

<https://www.gestiopolis.com/analisis-foda-herramienta-estrategica-de-las-organizaciones/>

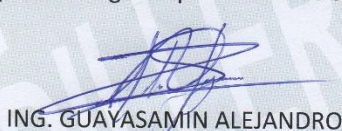
https://www.google.com.ec/search?q=FUNDACION+MARTINAS+CARRILLO&rlz=1C1AWFA_enEC745EC745&tbm=isch&imgil=wYhP05In2-

<https://definicion.mx/recursos/>

**TECNOLOGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"****ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO**

Quito, 25 de Septiembre de 2017

El equipo asesor del trabajo de Titulación del Sr. (Srta.) PALLO GUACHAMIN DIGNA PAOLA de la carrera de MARKETING INTERNO Y EXTERNO cuyo tema de investigación fue: ELABORACION Y SOCIALIZACION DE UN PLAN DE PUBLICIDAD PARA EVITAR LA ETNOFOBIA EN LA ASOCIACION AFRO ECUATORIANA MARTINAS CARRILLO UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO CARAPUNGO 2017. DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2017 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.

**ING. DIAZ GELKALY**
Tutor del Proyecto**ING. GUAYASAMIN ALEJANDRO**
Lector del Proyecto**ING. FRANKLIN CEVALLOS**
Director de Escuela**ING. GALO CISNEROS**
Coordinador de la Unidad de Titulación

Matriz:
Av. de la Prensa N45-268 y Logroño
Teléfono: 2255460 / 2269900
E-mail: instituto@cordillera.edu.ec
Pág. Web: www.cordillera.edu.ec
Quito - Ecuador

Campus 1:
Calle Logroño Oe 2-84 y
Av. de la Prensa (esq.)
Edif. Cordillera
Telfs.: 2430443 / Fax: 2433649

Campus 2:
Bracamoros N15-163 y
Yacuambi (esq.)
Telf.: 2262041

Campus 3:
Av. Brasil N46-45 y
Zamora
Telf.: 2246036

Campus 4:
Yacuambi
Oe2-36 y
Bracamoros



Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS-PAOLA-PALLO.pdf (D30421163)
Submitted: 2017-09-07 15:41:00
Submitted By: gelkaly.diaz@cordillera.edu.ec
Significance: 1 %

Sources included in the report:

ULTIMA PRESENTACION TESIS y GUIA DE BUENAS PRACTICAS-JIMMY CASTILLO 19 de MAYO 2017.docx (D29175595)

Instances where selected sources appear:

1

**ASOCIACION AFROECUATORIANA MARTINA CARRILLO****Quito 2 de Octubre 2017**

Sres:

INSTITUTO TECNOLÓGICO CORDILLERA

Presente

Por medio de la presente yo, María Victoria Méndez Oñate, Directora de la Asociación Martina Carrillo doy a conocer que la Sñra Digna Paola Pallo trabajo el proyecto Elaboración y Socialización de un Plan de Publicidad para evitar la Enofobia en jóvenes afroecuatorianos. Mismo que fue del gran ayuda para la Agrupación ya que los objetivos y metodología del mismo nos permitió distinguir mas a fondo las debilidades y seguir fortaleciendo la unidad nacional en la diversidad y enofobia, trabajos como estos nos permite realizar propuestas basadas en derechos obtenidos mediante nuestras luchas reivindicativas, uno de estos logros fue conseguido en marzo del 2014, en el que consejo Metropolitano de Quito aprobó por unanimidad el decenio de los afroecuatorianos en Quito, es un gran resultado en la búsqueda de la igualdad y la unidad en la diversidad; sin discriminación y sin racismo... que aunque no lo queremos ver aún está latente en medio de nuestras vidas. Por este motivo se continua trabajando Con el artículo N°4 de la declaratoria del DECENIO DISTRITAL DEL PUEBLO AFRO, Este trabajo la señorita Digna Paola Pallo estudiante de su institución lo ha venido desarrollando desde Mayo del presente año finalizando en agosto, Certifico que fue realizado a cabalidad, y agradecemos el aporte del mismo. desempeñándose siempre con respeto y responsabilidad.

Expedido esta constancia para los fines pertinentes.

Atentamente,

ASOCIACION AFRO ECUATORIANA
"MARTINA CARRILLO"
Victoria Méndez

Directora de la Asociación Martina Carrillo.

Dirección: Carapungo 3 ra etapa Ilalo y Cerro de Callo

Teléfonos : 025129253/ 0995030078/ 0995463181

Contacto : Victoria Méndez o Mayra Méndez

Ruc : 171653314-4