



CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

“CREACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA LA
IDENTIFICACIÓN DE SABERES Y EXPRESIONES CULTURALES
COMUNITARIAS Y ANCESTRALES DE LA COMUNA SAHUANGAL,
PARROQUIA PACTO EN LA CIUDAD DE QUITO.”

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en Diseño
Gráfico

Autor: Emily Paulina Santacruz Benitez

Tutor: Ing. Raquel Paulina Andrade Fuentes

Quito, Enero 2017

DECLARATORIA

Declaro que la presente investigación es totalmente original, auténtica y personal, que se ha citado las respectivas fuentes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos del autor vigente. Los resultados y conclusiones a lo que he llegado son de mi absoluta autoría.

Emily Paulina Santacruz Benitez

172590284-3

CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, Emily Paulina Santacruz Benítez portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 1725902843 de conformidad con lo establecido en el artículo 46 de la Ley de Propiedad Intelectual, que dice: *“La cesión exclusiva de los derechos de autor confiere al cesionario el derecho de explotación exclusiva de la obra, oponible frente a terceros y frente al propio autor. También confiere al cesionario el derecho a otorgar cesiones o licencias a terceros, y a celebrar cualquier otro acto o contrato para la explotación de la obra, sin perjuicio de los derechos morales correspondientes. En la cesión no exclusiva, el cesionario está autorizado a explotar la obra en la forma establecida en el contrato”*; en concordancia con lo establecido en los artículos 4, 5 y 6 del cuerpo de leyes ya citado, manifiesto mi voluntad de realizar la cesión exclusiva de los derechos de autor al Instituto Superior Tecnológico Cordillera, en mi calidad de Autor del Trabajo de Titulación que he desarrollado para la obtención de mi título profesional denominado: **“CREACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA LA IDENTIFICACIÓN DE SABERES Y EXPRESIONES CULTURALES COMUNITARIAS Y ANCESTRALES DE LA COMUNA SAHUANGAL, PARROQUIA PACTO EN LA CIUDAD DE QUITO”**, facultando al Instituto para ejercer los derechos cedidos en esta certificación y referidos en el artículo transcrito.

FIRMA

NOMBRE

Emily Paulina Santacruz Benítez

CEDULA

1725902843

Quito, a los 10 días de Enero del 2017

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por guiar mi vida y permitirme culminar esta etapa en mi vida profesional.

De manera muy especial a mi amada Madre por calmar mi vida y ser mi apoyo incondicional, a mi padre por su fortaleza y brindarme su mano siempre, a mi abuelita por su amor incondicional y por ser mi inspiración.

A mi novio por su paciencia, amor y apoyo diario, a mis hermanos.

A la Ms. Norma López por su confianza y firmeza, al Ing. David León por ser un gran docente y apoyo en este proyecto.

A mi tutor Ing. Raquel Andrade por la guía durante proyecto.

Y a todos mis docentes por darme bases sólidas para desarrollarme con fluidez en el presente proyecto.

DEDICATORIA

Al forjador de mi trayecto, Dios

Al motor principal de mi vida, Mamá y Papá y abuelita.

Al infinito amor de mi Familia y novio.

ÍNDICE GENERAL

Declaración de aprobación Tutor Lector.....	i
Declaración de autoría del Estudiante	ii
Declaración de Cesión de Derechos a la Institución	iii
Agradecimiento	iv
Dedicatoria	v
Índice General	vi
Índice de Tablas	xi
Índice de Figuras	xiii
Resumen Ejecutivo	xv
Abstract	xvii
Introducción	xix
CAPÍTULO I	1
Antecedentes	1
1.01. Contexto.....	1
1.02. Justificación	3
1.03. Definición del Problema Central (Matriz T).....	4

CAPÍTULO II	5
Análisis de Involucrados.....	5
2.01. Mapeo de Involucrados.....	5
2.02. Matriz de análisis y selección con los involucrados.....	6
CAPÍTULO III.....	7
Problemas y Objetivos	7
3.01. Árbol de Problemas	7
3.02. Árbol de Objetivos.....	8
CAPÍTULO IV	9
Análisis de Alternativas	9
4.01. Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones	9
4.01.01. Tamaño del Proyecto	10
4.01.02. Localización del Proyecto.....	14
4.01.03. Análisis Ambiental.....	16
4.02. Matriz de análisis de impacto de los objetivos	17
4.03. Diagrama de Estrategias	19
4.04. Construcción de la Matriz de Marco Lógico	20

4.04.01. Revisión de los Criterios para Indicadores	20
4.04.02. Selección de Indicadores.....	22
4.04.03. Medios de Verificación.....	25
4.04.04. Supuestos	28
4.04.05. Matriz Marco Lógico	30
CAPÍTULO V	33
La propuesta	33
5.01. Antecedentes de la herramienta y perfil de la propuesta	33
5.01.01. Publicidad.....	33
5.01.02. Publicidad en el Ecuador.....	33
5.01.03. Campaña Publicitaria.....	33
5.01.04. Comunas de Quito	34
5.01.05. VI encuentro de comunas y comunidades ancestrales de Quito 2016.....	34
5.01.06. Microsoft Office Word 2010.....	34
5.01.07. Microsoft Office Excel 2010.....	35
5.01.08. Adobe Illustrator CS6.....	35
5.01.09 Adobe Photoshop.....	35

5.01.10 Adobe Muse CC.....	36
5.01.11. Adobe Flash.....	36
5.02. Descripción de la herramienta	36
5.02.01. Encuesta.....	36
5.02.02. Formato Encuesta.....	37
5.02.03 Resultados y Análisis de la Encuesta	40
5.03. Formulación del proceso de aplicación	49
5.03.01. Brief Publicitario	49
5.03.02. Problemas Comunicacionales	51
5.03.03. Objetivos Comunicacionales	51
5.03.04. Estrategia Creativa	52
5.03.05 Diseño de Piezas Gráficas	53
5.03.06 AIDA	63
5.04 Plan y Estrategia de Medios	63
5.04.01 Medio Principal	63
5.04.02 Medio Secundario	63
5.04.03 Medio Auxiliar	63
5.04.04 Flow Chart	64
5.05 Presupuesto de Medios	65
5.05.01 Medio Principal	65
5.05.02 Medio Secundario	65

5.05.03 Medio Auxiliar	66
CAPÍTULO VI	67
Aspectos Administrativos	67
6.01. Recursos.....	67
6.01.01. Técnicos – Tecnológico	67
6.01.02. Humano.....	68
6.01.03. Económico.....	69
6.02. Presupuesto.....	69
6.02.01. Gastos Operativos	69
6.02.02 Aplicación del Proyecto.....	70
6.03. Cronograma	71
CAPÍTULO VII.....	72
Conclusiones y Recomendaciones	72
7.01. Conclusiones.....	72
7.02. Recomendaciones.....	72
7.03. Bibliografía.....	73
7.04. Anexos	74

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Analisis de Fuerzas T	4
Tabla 2. Matriz de análisis y selección de involucrados.....	6
Tabla 3. Matriz de análisis de impacto de los objetivos.....	17
Tabla 4. Revisión de los criterios para los indicadores.....	20
Tabla 5. Selección de indicadores.....	22
Tabla 6. Medios de Verificación.....	25
Tabla 7. Supuestos	28
Tabla 8. Matriz Marco Lógico	30
Tabla 9. Análisis 1.....	40
Tabla 10. Análisis 2.....	41
Tabla 11. Análisis 3.....	42
Tabla 12. Análisis 4.....	43
Tabla 13. Análisis 5.....	44
Tabla 14. Análisis 6.....	45
Tabla 15. Análisis 7.....	46
Tabla 16. Análisis 8.....	47
Tabla 17. Análisis 9.....	48
Tabla 18. Presupuesto de Producción 10.....	64
Tabla 19. Flow Chart.....	64
Tabla 20. Presupuesto de Afiches.....	65
Tabla 21. Presupuesto de Banner.....	65
Tabla 22. Presupuesto de Plegable.....	65

Tabla 23. Presupuesto de Pág. Web.....	66
Tabla 24. Presupuesto de Fan Page	66
Tabla 25. Presupuesto de YouTube.....	66
Tabla 26. Gastos Operativos.....	69
Tabla 27. Aplicación del Proyecto	70
Tabla 28. Cronograma.....	71

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Mapeo de Involucrados	5
Figura 2. Árbol de Problemas	7
Figura 3. Árbol de Objetivos	8
Figura 4. Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones	9
Figura 5. Ubicación Física	14
Figura 6. Ubicación Física.....	15
Figura 7. Diagrama de Estrategias.....	19
Figura 8. Análisis 1.....	40
Figura 9. Análisis 2.....	41
Figura 10. Análisis 3.....	42
Figura 11. Análisis 4.....	43
Figura 12. Análisis 5.....	44
Figura 13. Análisis 6	45
Figura 14. Análisis 7.....	46
Figura 15. Análisis 8.....	47
Figura 16. Análisis 9.....	48
Figura 17. Logotipo de Sahuangal.....	53
Figura 18. Logotipo del Encuentro de Comunas	53
Figura 19. Diseño del Afiche	54
Figura 20. Diseño del banner.....	55
Figura 21. Diseño del Plegable -Tiro-.....	55
Figura 22. Diseño del Plegable -Retiro-.....	55

Figura 23. Fan Page en Facebook.....	56
Figura 24. Video en YouTube	56
Figura 25. Estructura de Sitio Web	57
Figura 26. Estructura de Página de Inicio	57
Figura 27. Estructura de Misión y Visión.....	58
Figura 28. Estructura de Quienes Somos	58
Figura 29. Estructura de Página Descripción Sahuangal	59
Figura 30. Estructura de Página Actividad Económica	59
Figura 31. Estructura de Página Turismo	60
Figura 32. Estructura de Página Cascada arcoíris	60
Figura 33. Estructura de Página Turismo	61
Figura 34. Estructura de Página VI encuentro de comunas	62
Figura 35. Estructura de Página Galería.....	62

RESUMEN EJECUTIVO

Sahuangal es una tierra virgen muy productiva la cual no es conocida. Se encuentra ubicada en la ciudad de Quito, parroquia Pacto al noroccidente de la capital. Las comunas ancestrales viven en el anonimato; esta condición les impide explotar sus actividades productivas, la publicidad es una fuerte herramienta para difundir y representar las actividades diarias, las tradiciones, la cultura y la esencia de las comunas, Sahuangal en específico es una comuna que requiere urgente atención por su potencial turístico, cultural y artesanal.

El objetivo general del proyecto es generar procesos comunicacionales en la Comuna Sahuangal entre otros fines está el de representar a la población dentro de su identidad cultural, implementar factores gráficos, elaborar material publicitario acorde a los objetivos publicitarios, diseñar material informativo para el VI encuentro de comunas y comunidades ancestrales de Quito 2016.

El presente proyecto logra transmitir claramente el mensaje al grupo objetivo, por medio de las piezas gráficas se informó las actividades ancestrales y culturales a realizarse en el encuentro, los objetivos del proyecto son alcanzados y probados en su totalidad con resultados positivos.

El VI encuentro de comunas y comunidades ancestrales de Quito 2016 es un espacio de encuentro anual de los comuneros/as de Quito para generar procesos de reflexión, diálogo intercambio de experiencias y construcción de propuestas de trabajo conjunto y articulado entre los distintos niveles de Gobierno: Cabildo Comunal, Municipio de Quito, GADs Parroquiales Rurales, con la finalidad de promover el reconocimiento, valoración y afirmación de estas organizaciones comunitarias que

están presentes históricamente en el territorio del Distrito Metropolitano de Quito, manteniendo vivos sus derechos colectivos, formas de organización social, tenencia colectiva de la tierra, saberes y prácticas culturales que son parte de las identidades locales que enriquecen la construcción viva del DMQ.

En este contexto se desarrolla la campaña publicitaria

ABSTRACT

Sahuangal is a very productive virgin land which is not known. It is located in the city of Quito, Pact parish to the northwest of the capital. Ancestral communes live in anonymity; This condition prevents them from exploiting their productive activities, advertising is a strong tool to disseminate and represent the daily activities, traditions, culture and essence of the communes, Sahuangal in particular is a commune that requires urgent attention for its tourist potential, Cultural and artisanal.

The general objective of the project is to generate communication processes in the Sahuangal Commune, among other aims is to represent the population within its cultural identity, to implement graphic factors, to elaborate advertising material according to advertising objectives, to design information material for the VI meeting of Communes and ancestral communities of Quito 2016.

The present project manages to clearly transmit the message to the target group, through the graphic pieces, the ancestral and cultural activities to be performed at the meeting were informed, the project objectives are achieved and tested in their entirety with positive results.

The sixth meeting of communes and ancestral communities of Quito 2016 is an annual meeting place for the Quito community members to generate reflection processes, exchange of experiences and the construction of proposals for joint and articulated work between the different levels of Government: Cabildo Comunal, Municipality of Quito, Rural Parish GADs, with the purpose of promoting the recognition, valuation and affirmation of these community organizations that are present historically in the territory of the Metropolitan District of Quito, keeping

alive their collective rights, forms of social organization, Collective land tenure, cultural knowledge and practices that are part of the local identities that enrich the living DMQ construction.

In this context, the advertising campaign.

INTRODUCCIÓN

La comuna Sahuangal se encuentra ubicada en la ciudad de Quito, parroquia Pacto, corresponde al bosque húmedo tropical de la cordillera occidental, clima subtropical, la vía de acceso es de tercer orden y comunica con la provincia de Imbabura, las principales actividades económicas de la población son la agricultura, ganadería, y la piscícola, que constituyen el 100% del total de actividades.

La actividad económica mas importante es la agricultura y esta orientada a la siembra y cosecha de plátanos, yuca, papaya, naranja, mandarina, limones, cacao; misma que es trasladada generalmente todos los Jueves por camiones hasta la feria libre del mercado de la Ofelia o San Roque para ser comercializada.

Sahuangal es la sede del VI encuentro de comunas y comunidades ancestrales de Quito 2016 organizada por el Municipio de Quito Secretaria de coordinación Territorial con el aporte del Instituto Tecnológico Superior Cordillera por medio del departamento de Vinculación con la Colectividad.

La campaña publicitaria propuesta pretende solucionar los problemas comunicacionales encontrados en la sede del encuentro, diseñando estratégicamente piezas gráficas que informen la belleza de la comuna acompañada de todos los datos del evento, un plan de medios adecuado es la clave para que la campaña sea exitosa por ende es necesario elaborar un plan estratégico midiendo presupuestos y objetivos.

El principal problema de la comuna es la inexistencia de procesos comunicacionales es decir la comuna Sahuangal está oculta por que nunca se ha realizado una campaña para reconocerla en el contexto social, y cultural.

El objetivo del presente proyecto es generar estrategias comunicacionales que permita difundir la identidad de la comuna por medio de la publicidad.

CAPÍTULO I

Antecedentes

1.01. Contexto

Quito, formalmente San Francisco de Quito, capital de la República de Ecuador y de la Provincia de Pichincha, según datos estadísticos del INEC actualmente consta de 2`576.287 de habitantes, es la segunda ciudad más poblada del Ecuador. Además es cabecera cantonal del Distrito Metropolitano de Quito.

Sahuangal es una tierra virgen muy productiva la cual no es conocida. Se encuentra ubicada en la ciudad de Quito, parroquia Pacto, corresponde al bosque húmedo tropical de la cordillera occidental, clima subtropical , la vía de acceso es de tercer orden y comunica con la provincia de Imbabura, las principales actividades económicas de la población son la agricultura, ganadería, y la piscícola, que constituyen el 100% del total de actividades.

La actividad económica mas importante es la agricultura y esta orientada a la siembra y cosecha de plátanos, yuca, papaya, naranja, mandarina, limones, cacao; misma que es trasladada generalmente todos los Jueves por camiones hasta la feria libre del mercado de la Ofelia o San Roque para ser comercializada.

La actividad ganadera, acompañada de la producción láctea toma un segundo lugar debido a las condiciones del camino no es posible siempre salir a

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

comercializarlas. Las reses son vendidas directamente ya que no se cuenta con el equipo adecuado para su faena miento.

Los lácteos y sus derivados son de comercialización y consumo interno en ciertas fincas existe criaderos de tilapias, mismas que son comercializadas internamente.

Una familia en la comunidad se dedica al cultivo de la caña de azúcar, elaboración de panela en polvo y melcochas, que son comercializados internamente o en Pacto.

Existen tres tiendas de abarrotes que muchas veces no da abasto por la escases de productos de primera necesidad debido a la falta de transporte y caminos adecuados.

Durante los últimos 30 años, con la explotación minera en la Provincia de Imbabura alledaña a la comunidad y el reciente proyecto de construcción de la represa hidroeléctrica sobre el Río Guayllabamba, se ha experimentado cambios sustanciales en el medio natural de la región; la tala del bosque natural con fines de explotación maderera, reflejados en la disminución del numero de cosechas de los diferentes productos de la zona.

Toda la información citada es fundamental para realizar la campaña publicitaria, resaltando las cualidades y las actividades que realizan los comuneros.

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

1.02. Justificación

Las comunas ancestrales viven en el anonimato; esta condición les impide explotar sus actividades productivas, la publicidad es una fuerte herramienta para difundir y representar las actividades diarias, las tradiciones, la cultura y la esencia de las comunas, Sahuangal en específico es una comuna que requiere urgente atención por su potencial turístico, cultural y artesanal, con la creación de una campaña publicitaria el presente proyecto busca informar, persuadir, posicionar y mantener la imagen de la comuna Sahuangal en la mente de los turistas nacionales y extranjeros, esto se lleva a cabo a través de campañas publicitarias que se difunden en los medios de comunicación siguiendo un plan estratégico preestablecido.

Según el sitio web ecuapublicidad.com la publicidad es una forma de comunicación que busca incrementar el consumo de un producto o servicio, insertar una nueva marca o producto dentro del mercado de consumo, mejorar la imagen de una marca o reposicionar, un producto o marca en la mente de un consumidor.

El presente proyecto contribuye con el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 aportando al Objetivo 3: Mejorar la calidad de vida de la población. Con la creación de una campaña publicitaria incrementamos la posibilidad de mejorar la calidad de vida de los comuneros de Sahuangal ya que se incrementará la actividad turística y la actividad productiva.

La situación actual de la comuna puede cambiar, al cumplir las estrategias comunicacionales del presente proyecto, Sahuangal saldrá del anonimato, y ayudará a la misma a posicionarse en el ambiente social y político para generar nuevas

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

fuentes de empleo.

1.03. Definición del Problema Central (Fuerzas T)

Procesos comunicacionales inexistentes en la Comuna Sahuangal de la Parroquia Pacto.

Tabla 1: *Análisis de Fuerzas (T)*

Situación Empeorada	Situación Actual				Situación Mejorada
Comuna totalmente ignorada	La comuna Sahuangal es desconocida en el entorno social-cultural				Reconocimiento de la comuna Sahuangal en el desarrollo social-cultural
Fuerza Impulsadora	I	PC	I	PC	Fuerza Bloqueadora
Fotografiar la comuna para mostrar toda su belleza.	3	4	3	4	Obviar información fotográfica
Implementar una correcta imagen corporativa.	4	5	3	4	Desacuerdo en el diseño
Informar sobre las rutas turísticas de la comuna.	4	5	2	4	Rutas en mal estado
Elaborar piezas publicitarias como soporte para difundir el mensaje.	3	4	3	5	No publicar los soportes en los medios
Realizar Plan de medios para difundir la Campaña Publicitaria.	4	5	3	5	Carencia en difusión de campaña publicitaria.
Mayor actividad turística	4	5	3	4	Poco ingreso de turistas nacionales y extranjeros a los atractivos turísticos.

Elaborado Por: Emily Santacruz

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

CAPÍTULO II

Análisis de Involucrados

2.01. Mapeo de Involucrados

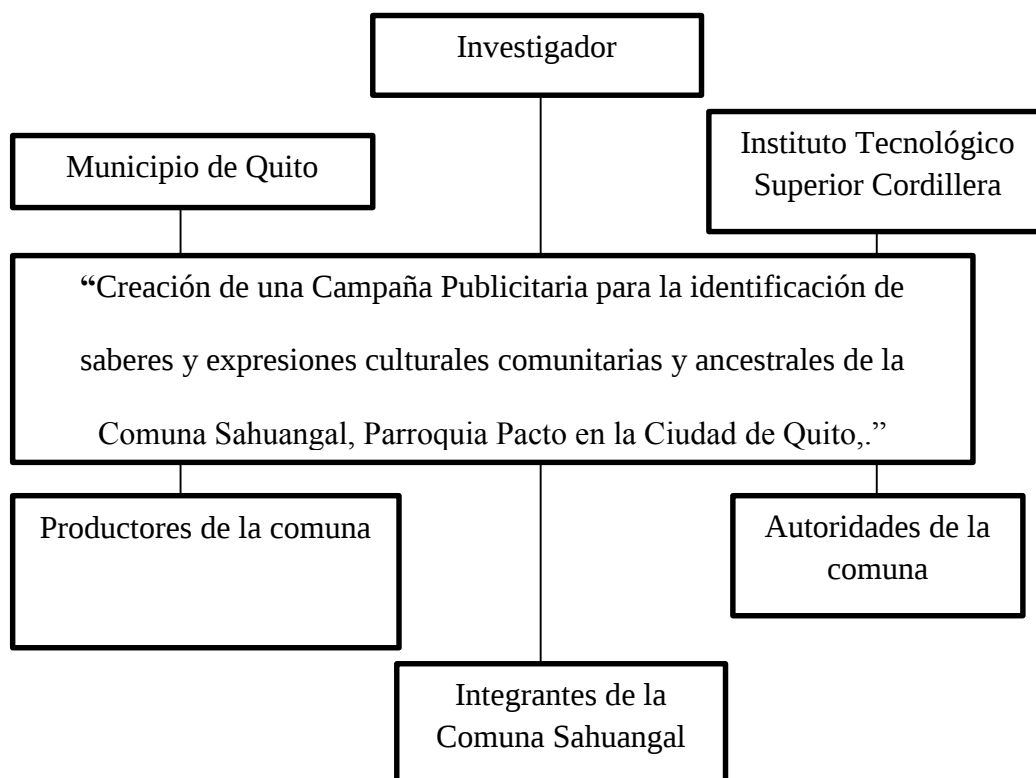


Figura N° 1:Árbol de involucrados

Elaborado Por: Emily Santacruz

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

2.02. Matriz de Análisis y Selección de Involucrados

Tabla N° 2: Matriz de análisis de involucrados

Involucrados	Interés sobre el Problema	Problemas Percibidos	Recursos Mandatos Capacidades	Interés sobre el Proyecto	Conflictos Potenciales
Municipio de Quito	Ejecutar la gestión operativa	Desacuerdo en tiempos de ejecución	Tecnológico Financiero Técnico Información General. Información Bibliográfica	Difundir encuentro de comunas ancestrales en Sahuangal	Tiempo limitado
Investigador	Realizar campaña publicitaria	Inexistencia de identidad corporativa	Tecnológico Financiero Técnico Creativo Social Intelectual	Poner en práctica la campaña propuesta	Limitado tiempo de ejecución
Instituto Tecnológico Superior Cordillera	Ejecutar normas institucionales de servicio y atención a la comunidad	Escasas fuentes de información	Tecnológico Financiero Técnico Reglamento Institucional	Generar conexiones con la comunidad y el municipio de Quito	Finalización de convenios
Autoridades de la comuna	Agilizar procesos	Conocimiento nulo sobre el	Financieros Información	Brindar toda la	Escasa comunicación

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

	comunicaciones para mejorar la actividad económica de la comuna	tema	General. Información Bibliográfica	información	
Integrantes de la Comuna Sahuangal	Incrementar actividad económica	Conocimiento nulo sobre el tema	Información General Información Bibliográfica	Incrementar ingresos	Perder conexión con la comuna
Productores de la comuna	Dar a conocer su trabajo	Criterios inquebrantables	Información Bibliográfica	Progreso de la comuna	Falta de tiempo

Elaborado Por: Emily Santacruz

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

CAPÍTULO III

Problemas y Objetivos

3.01. Árbol de Problemas

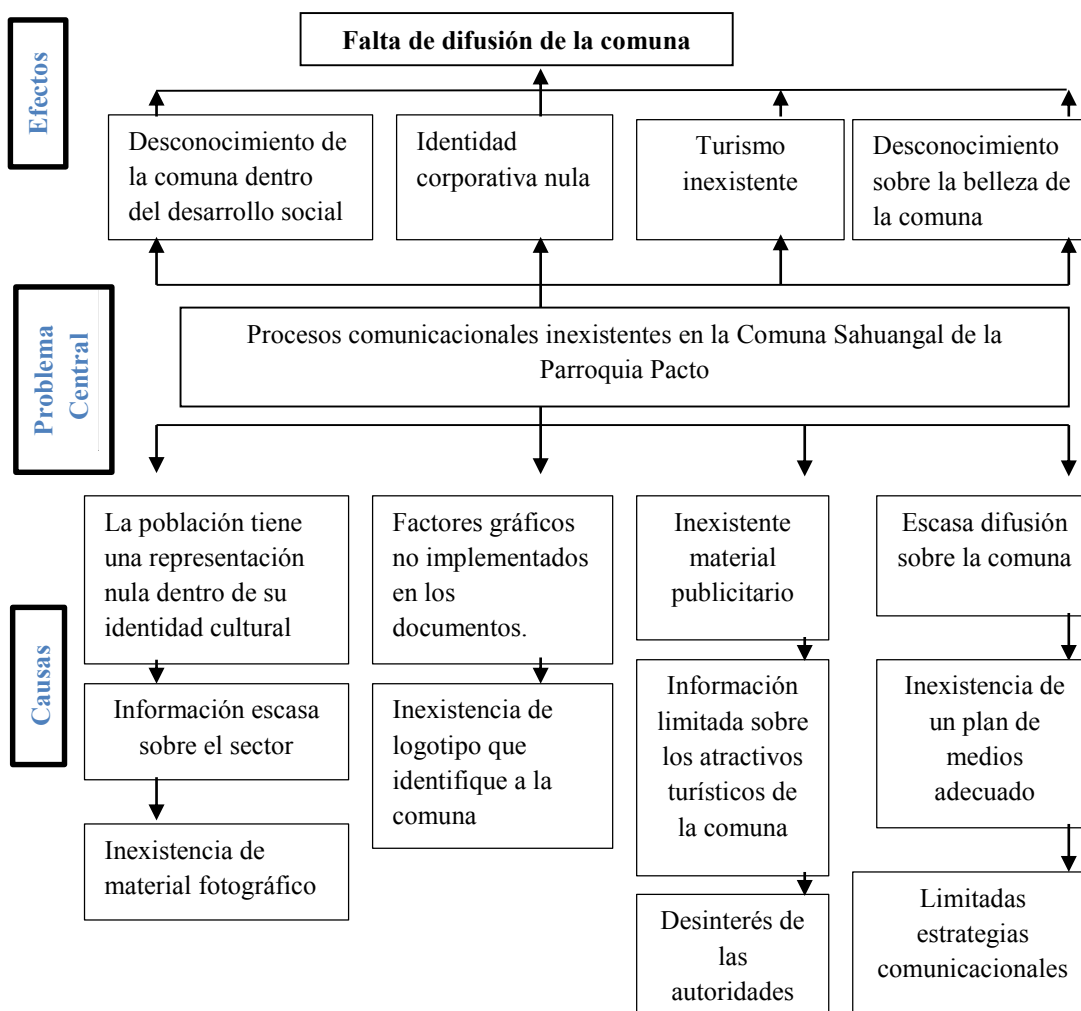


Figura N° 2: Árbol de problemas

Elaborado Por: Emily Santacruz

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

3.02. Árbol de Objetivos

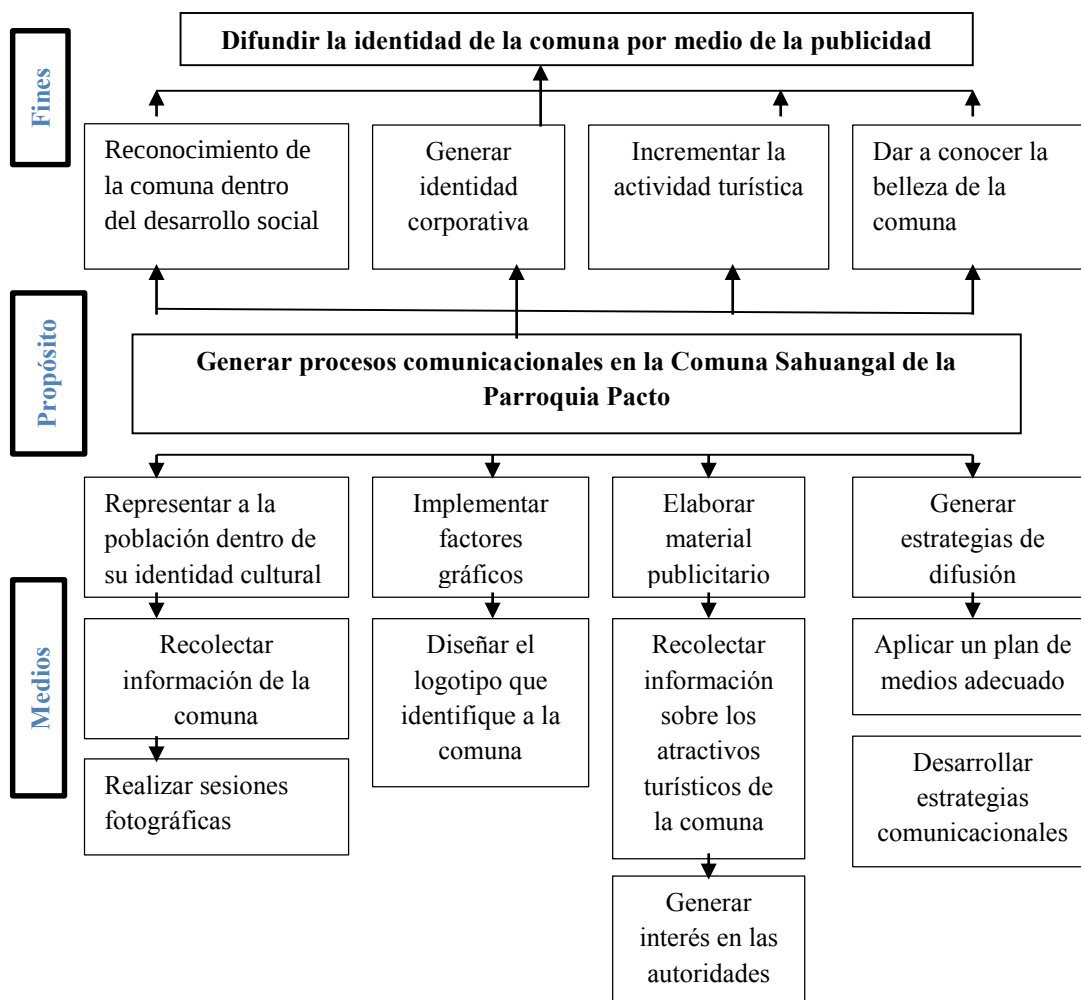


Figura N° 3: Árbol de objetivos

Elaborado Por: Emily Santacruz

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

CAPÍTULO IV

Análisis de Alternativas

4.01. Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones

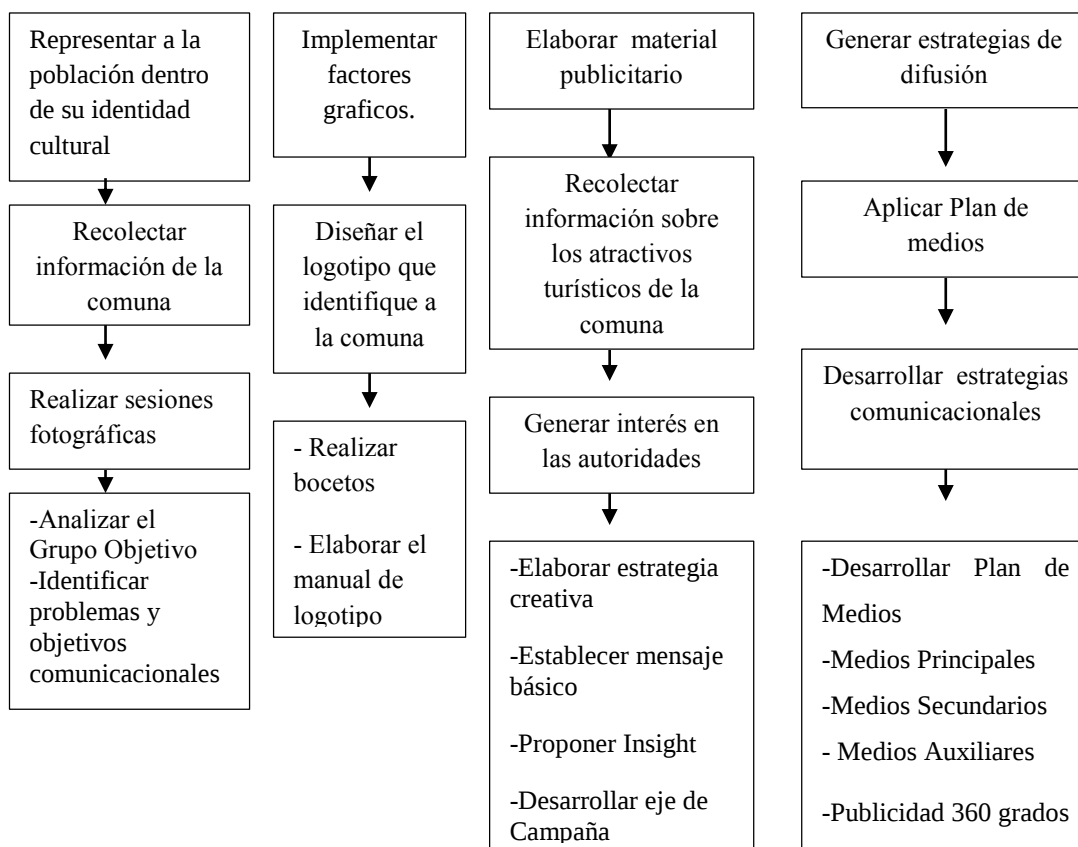


Figura N° 4: Matriz de análisis e identificación de alternativas

Elaborado Por: Emily Santacruz

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

4.01.01 Tamaño del Proyecto

El presente proyecto tiene como grupo objetivo los turistas nacionales y extranjeros del Distrito Metropolitano de Quito.

4.01.01.01 Población y Muestra

4.01.01.01.01 Alcance:

El proyecto a realizar pretende beneficiar a toda la población de la Comuna Sahuangal, y tener un alcance en el Distrito Metropolitano de Quito a los turistas nacionales y extranjeros.

4.01.01.01.02 Población:

La población se define como un conjunto de personas con características similares como su ubicación, comportamiento, actividades entre otras.

Datos estadísticos del INEC

- Población de la Comuna Sahuangal
- Total población: **300 habitantes**
- Población del Distrito Metropolitano de Quito: 2`576.287 de habitantes
- Total población: **40587 habitantes de 20 a 40 años**

4.01.01.01.03 Muestra:

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

Grupo objetivo:

Edad: 20 a 40 años

Género: Masculino y Femenino

Situación Geográfica: Ciudad de Quito- Centro Histórico

Situación Económica: Media- Media Alta

Muestra Comuna Sahuangal

n = muestra

N= tamaño de la población = 300 habitantes

E= error máximo admisible (5%)

p= probabilidad de éxito (50%)

q= probabilidad de fracaso (50%)

z= distribución, norma de estadística NC (95%)

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

$$n = \frac{300 * 0,50 * 0,50 * 1.96^2}{(300-1)0,05^2 + 0,50 * 0,50 * 1.96^2}$$

$$n = \frac{300 * 0,50 * 0,50 * 3,84}{(299)0,0025 + 0,50 * 0,50 * 3,84}$$

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

$$n = \frac{288}{8,44}$$

$$n = 34,12$$

Muestra = 34

Muestra Centro Histórico de Quito

n = muestra

N = tamaño de la población = **40587 habitantes**

E = error máximo admisible (5%)

p = probabilidad de éxito (50%)

q = probabilidad de fracaso (50%)

z = distribución, norma de estadística NC (95%)

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

$$n = \frac{40587 * 0,50 * 0,50 * 1.96^2}{(40587-1)0,05^2 + 0,50 * 0,50 * 1.96^2}$$

$$n = \frac{40587 * 0,50 * 0,50 * 3,84}{(40587-1)0,0025 + 0,50 * 0,50 * 3,84}$$

$$n = \frac{38963,52}{102,43}$$

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

$$n = 380,39$$

Muestra = 380

4.01.02 Localización del proyecto

El presente proyecto está ubicado en la Provincia de Pichincha, Cantón Quito, Parroquia Pacto, Comuna Sahuangal, la locación para difundir el proyecto es el Centro histórico de Quito.

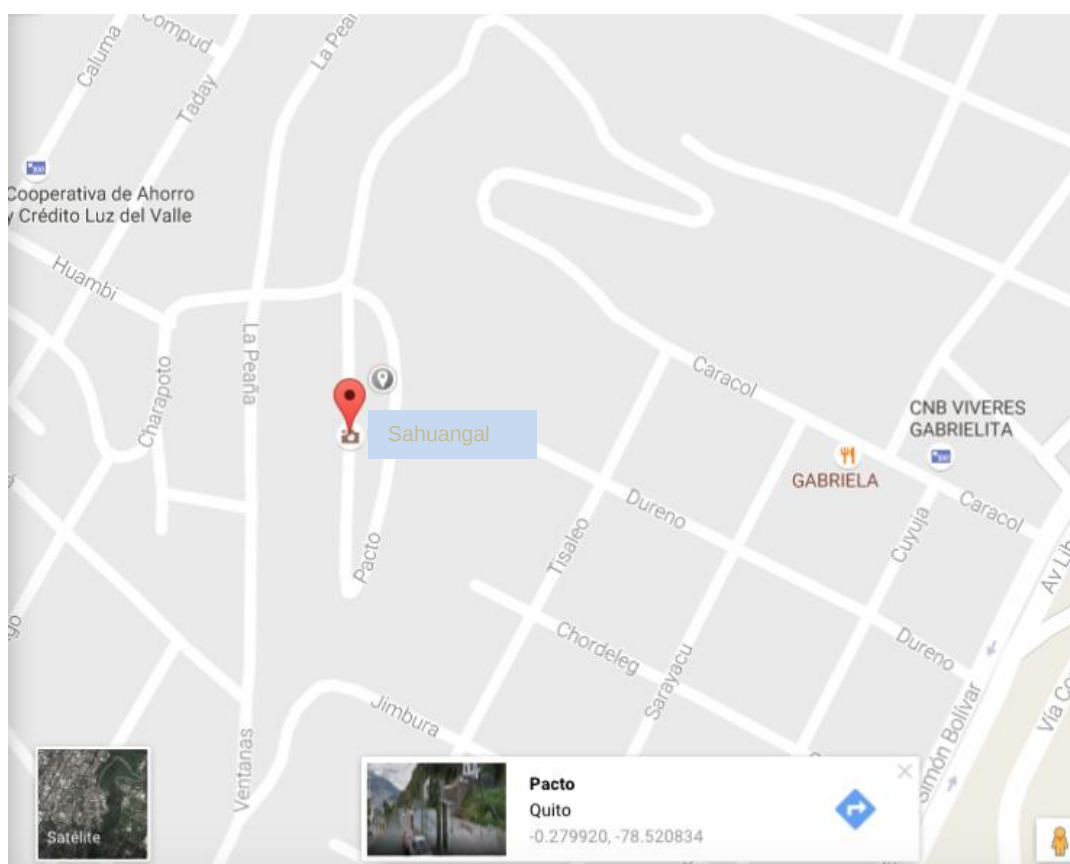


Figura 5: Ubicación física y geográfica(Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto)

Fuente: www.googlemaps.com

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”



Figura 6: Ubicación física y geográfica(Centro Histórico de Quito)

Fuente: www.googlemaps.com

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

4.01.03 Análisis Ambiental

El análisis ambiental concientiza las consecuencias ambientales del proyecto, de esta forma poder tomar medidas que eliminen, minimicen o compensen los impactos adversos.

El objetivo del análisis ambiental es certificar, que el proceso y las opciones de desarrollo del proyecto sean ambientalmente apropiadas y sustentables.

4.01.03.01 Análisis Positivo

El papel utilizado en el desarrollo del proyecto será reciclado para aportar con el medio ambiente.

4.01.03.02 Análisis Negativo

El presente proyecto tiene un impacto negativo en el ambiente; las tintas para impresión, el papel utilizado, se convierte en basura contaminando así el medio ambiente.

4.02. Matriz de análisis de impacto de los objetivos

Ponderaciones:

Alta: 21-25

Media: 16-20

Baja: menos de 15

Tabla 3: Matriz de análisis de impacto de los objetivos

Objetivos	Impacto sobre el propósito	Factibilidad técnica	Factibilidad financiera	Factibilidad social	Factibilidad política	Total	Categoría
Representar a la población dentro de su identidad cultural	5	4	4	5	4	22	Alta
Recolectar información de la comuna	5	5	4	5	4	23	Alta
Realizar sesiones fotográficas	5	5	4	5	4	23	Alta
Implementar factores gráficos	5	5	3	5	5	23	Alta
Diseñar el logotipo que identifique a la comuna	5	5	3	5	5	23	Alta

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

Elaborar material publicitario	5	4	3	5	5	22	Alta
Recolectar información sobre los atractivos turísticos de la comuna	5	5	4	5	5	24	Alta
Generar interés en las autoridades	5	4	3	5	3	20	Alta
Generar estrategias de difusión	5	5	4	5	4	23	Alta
Aplicar Plan de medios adecuado	5	5	3	5	4	22	Alta
Desarrollar estrategias comunicacionales	5	5	4	5	4	23	Alta

Elaborado por: Emily Santacruz

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

4.03. Diagrama de Estrategias

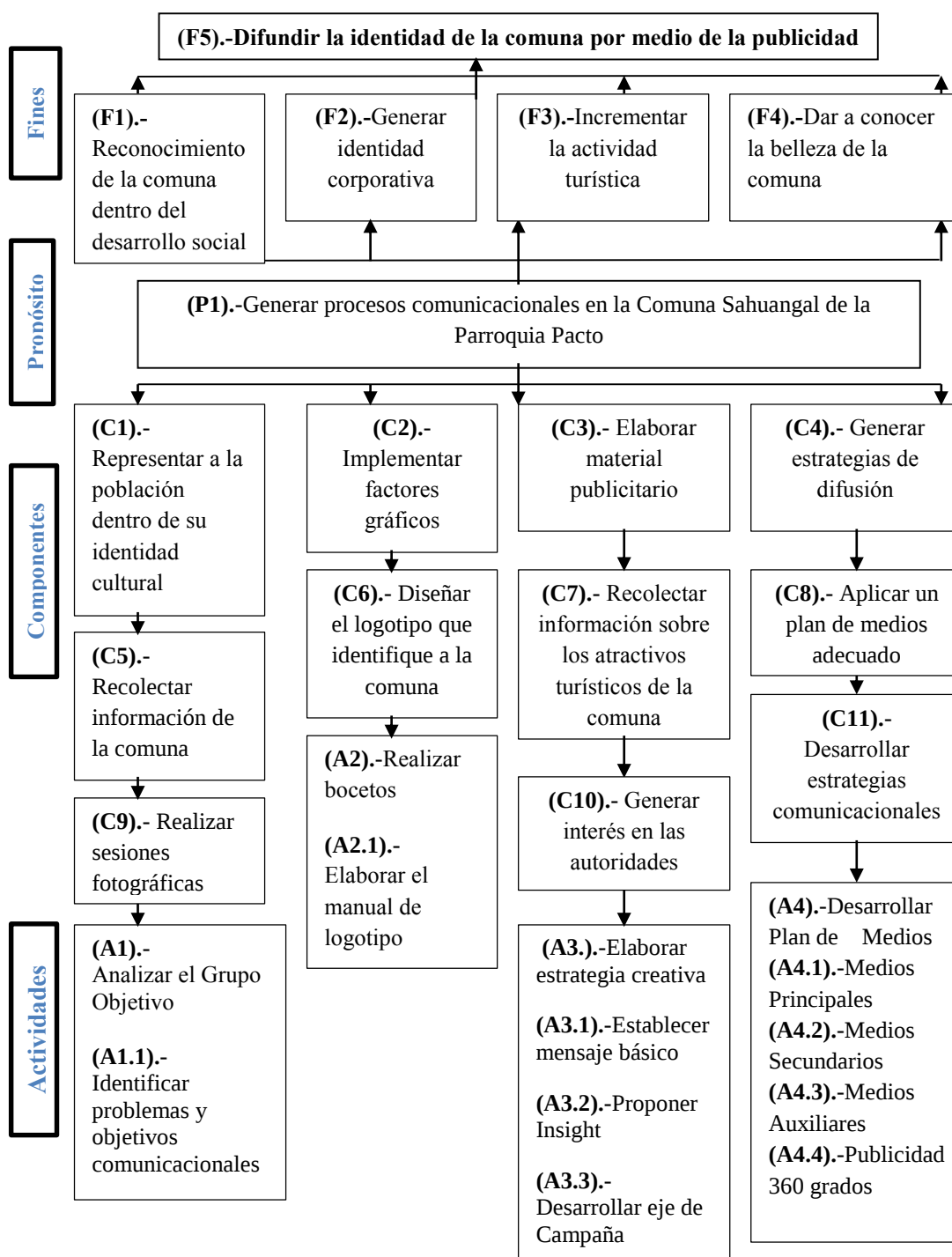


Figura N° 7: Diagrama de Estrategias

Elaborado Por: Emily Santacruz

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

4.04. Construcción de Matriz del Marco Lógico

4.04.01. Revisión de los Criterios para los Indicadores

Tabla 4: Revisión de los criterios para los indicadores

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Meta				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
Finalidad	(F1).- Reconocimiento de la comuna dentro del desarrollo social	Se aumenta el reconocimiento de la comuna en un 80%	80%	Alta	4 meses	Distrito Metropolitano de Quito	Personas de 20 a 40 años
	(F2).-Generar identidad corporativa	Diseño del 100% de la identidad corporativa	100%	Alta	4 meses	Comuna Sahuangal	Personas de 20 a 40 años
	(F3).-Incrementar la actividad turística	Se aumenta la afluencia turística en un 60%	60%	Alta	4 meses	Comuna Sahuangal	Personas de 20 a 40 años
	(F4).-Dar a conocer la belleza de la comuna	El conocimiento en los turistas se incrementa en un 90%	90%	Alta	4 meses	Distrito Metropolitano de Quito	Personas de 20 a 40 años
	(F5).-Difundir la identidad de la comuna por medio de la publicidad	Se difunde al 90% la identidad cultural de la comuna	90%	Alta	4 meses	Distrito Metropolitano de Quito	Personas de 20 a 40 años
Propósito	(P1).-Generar procesos comunicacionales en la Comuna Sahuangal de la Parroquia Pacto	Creación de procesos comunicacionales en la comuna Sahuangal al 100%	100%	Alta	4 meses	Comuna Sahuangal	Personas de 20 a 40 años
Componentes	C1.-Representar a la población dentro de su identidad cultural	Se reconoce a la comuna dentro del desarrollo social en un 70 %	70%	Alta	4 meses	Comuna Sahuangal	Personas de 20 a 40 años
	C2.-Implementar factores gráficos.	Diseño del 100% de factores gráficos	100%	Alta	4 meses	Comuna Sahuangal	Personas de 20 a 40 años
	C3.-Elaborar material publicitario	Se genera interés en el grupo objetivo en un 90% mediante la creación de artes publicitarias	90%	Alta	4 meses	Comuna Sahuangal	Personas de 20 a 40 años
	C4.-Generar estrategias de difusión	Se incrementa la aceptación del mensaje dado en un 90% gracias a las estrategias de difusión	90%	Alta	4 meses	Distrito Metropolitano de Quito	Personas de 20 a 40 años
	C5.-Recolectar información de la comuna	Se recolecta un 100% de información relevante de la comuna	100%	Alta	2 meses	Comuna Sahuangal	Personas de 20 a 40 años
	C6.-Diseñar el logotipo que identifique a la comuna	Diseño al 100% del logotipo de la comuna	100%	Alta	2 meses	Comuna Sahuangal	Personas de 20 a 40 años
	C7.-Recolectar información sobre los atractivos turísticos de la comuna	Se recolecta un 100% de información sobre las rutas turísticas	100%	Alta	2 meses	Comuna Sahuangal	Personas de 20 a 40 años

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

	C8.-Aplicar un plan de medios adecuado	Los soportes gráficos son aplicados en un 100% en los medios correctos		Alta	1 mes	Distrito Metropolitano de Quito	Personas de 20 a 40 años
	C9.-Realizar sesiones fotográficas	Se recolecta información fotográfica en un 90%	90%	Alta	3 meses	Comuna Sahuangal	Personas de 20 a 40 años
	C10.-Generar interés en las autoridades	Se genera un interés del 80% en las autoridades sobre el proyecto	80%	Alta	1 mes	Comuna Sahuangal	Personas de 20 a 40 años
	C11.-Desarrollar estrategias comunicacionales	Se identifica un 100%, de problemas comunicacionales en la comuna	100%	Alta	2 meses	Comuna Sahuangal	Personas de 20 a 40 años
Actividades	(A1).- Analizar el Grupo Objetivo	Se identifica un 90%, el nivel de desconocimiento del grupo objetivo	90%	Alta	2 meses	Comuna Sahuangal	Personas de 20 a 40 años
	(A1.1).-Identificar problemas y objetivos comunicacionales	Se proponen los objetivos a desarrollar en la campaña en un 100%	100%	Alta	1 mes	Comuna Sahuangal	Personas de 20 a 40 años
	(A2).-Realizar bocetos	Se diseñan tres bocetos de posibles logotipos al 100%	100%	Alta	3 meses	Comuna Sahuangal	Personas de 20 a 40 años
	(A2.1).- Realizar el manual de logotipo	Se finaliza al 100% el manual de logotipo	100%	Alta	1 mes	Comuna Sahuangal	Personas de 20 a 40 años
	(A3).-Elaborar estrategia creativa	Se establecen las bases en un 100% para realizar la campaña	100%	Alta	1 mes	Comuna Sahuangal	Personas de 20 a 40 años
	(A3.1).-Establecer mensaje básico	Se plantea la idea base para desarrollar la campaña al 100%	100%	Alta	1 mes	Comuna Sahuangal	Personas de 20 a 40 años
	(A3.2).-Proponer Insight	Se identifica el concepto principal en un 100%	100%	Alta	1 mes	Comuna Sahuangal	Personas de 20 a 40 años
	(A3.3).-Desarrollar eje de Campaña	En base al eje de campaña se desarrolla la campaña en un 100%	100%	Alta	1 mes	Comuna Sahuangal	Personas de 20 a 40 años
	(A4).-Desarrollar Plan de Medios	Se identifica un Medio Principal, un Medio Secundario y un Medio Auxiliar	3 medios	Alta	1 mes	Comuna Sahuangal	Personas de 20 a 40 años
	(A4.1).-Medios Principales	Afiche Banner	100%	Alta	1 mes	Comuna Sahuangal	Personas de 20 a 40 años
	(A4.2).-Medios Secundarios	Plegable	100%	Alta	1 mes	Comuna Sahuangal	Personas de 20 a 40 años
	(A4.3).-Medios Auxiliares	Internet Pág. Web	100%	Alta	1 mes	Comuna Sahuangal	Personas de 20 a 40 años
	(A4.4).-Publicidad 360 grados	Se crea una fanpage en Facebook y una cuenta en YouTube	Facebook Youtube	Alta	1 mes	Comuna Sahuangal	Personas de 20 a 40 años

Elaborado por: Emily Santacruz

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

4.04.02. Selección de Indicadores

A: Es claro

B: Existe información disponible

C: Es tangible y se pueden observar

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

E: Es representativo

Tabla 5: Selección de Indicadores

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Calificador de Indicador					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
Finalidad	(F1).- Reconocimiento de la comuna dentro del desarrollo social	Se aumenta el reconocimiento de la comuna en un 80%	X	X		X	X	4	Alto
	(F2).-Generar identidad corporativa	Diseño del 100% de la identidad corporativa	X	X	X	X	X	5	Alto
	(F3).-Incrementar la actividad turística	Se aumenta la afluencia turística en un 60%	X	X	X	X	X	5	Alto
	(F4).-Dar a conocer la belleza de la comuna	El conocimiento en los turistas se incrementa en un 90%	X	X		X	X	4	Alto
	(F5).-Difundir la identidad de la comuna por medio de la publicidad	Se difunde al 90% la identidad cultural de la comuna	X	X	X	X	X	5	Alto
Propósito	(P1).-Generar procesos comunicacionales en la Comuna Sahuangal de la Parroquia Pacto	Creación de procesos comunicacionales en la comuna Sahuangal al 100%	X	X		X	X	4	Alto
Componentes	C1.-Representar a la población dentro de su identidad cultural	Se reconoce a la comuna dentro del desarrollo social en un 70 %	X	X		X	X	4	Alto
	C2.-Implementar factores gráficos.	Diseño del 100% de factores gráficos	X	X	X	X	X	5	Alto
	C3.-Elaborar material publicitario	Se genera interés en el grupo objetivo en un 90% mediante la creación de artes publicitarias	X	X	X	X	X	5	Alto
	C4.-Generar estrategias de difusión	Se incrementa la aceptación del mensaje dado en un 90% gracias a las estrategias de difusión	X	X		X	X	4	Alto

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

	C5.-Recolectar información de la comuna	Se recolecta un 100% de información relevante de la comuna	X	X	X	X	X	5	Alto
	C6.-Diseñar el logotipo que identifique a la comuna	Diseño al 100% del logotipo de la comuna	X	X	X	X	X	5	Alto
	C7.-Recolectar información sobre los atractivos turísticos de la comuna	Se recolecta un 100% de información sobre las rutas turísticas	X	X	X	X	X	5	Alto
	C8.-Aplicar un plan de medios adecuado	Los soportes gráficos son aplicados en un 100% en los medios correctos	X	X	X	X	X	5	Alto
	C9.-Realizar sesiones fotográficas	Se recolecta información fotográfica en un 90%	X	X	X	X	X	5	Alto
	C10.-Generar interés en las autoridades	Se genera un interés del 80% en las autoridades sobre el proyecto	X	X		X	X	4	Alto
	C11.-Desarrollar estrategias comunicacionales	Se identifica un 100%, de problemas comunicacionales en la comuna	X	X		X	X	4	Alto
Actividades	(A1).- Analizar el Grupo Objetivo	Se identifica un 90%, el nivel de desconocimiento del grupo objetivo	X	X		X	X	4	Alto
	(A1.1).-Identificar problemas y objetivos comunicacionales	Se proponen los objetivos a desarrollar en la campaña en un 100%	X	X		X	X	4	Alto
	(A2).-Realizar bocetos	Se diseñan tres bocetos de posibles logotipos al 100%	X	X	X	X	X	5	Alto
	(A2.1).- Realizar el manual de logotipo	Se finaliza al 100% el manual de logotipo	X	X	X	X	X	5	Alto
	(A3).-Elaborar estrategia creativa	Se establecen las bases en un 100% para realizar la campaña	X	X		X	X	4	Alto
	(A3.1).-Establecer mensaje básico	Se plantea la idea base para desarrollar la campaña al 100%	X	X		X	X	4	Alto
	(A3.2).-Proponer Insight	Se identifica el concepto principal en un 100%	X	X		X	X	4	Alto

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

	(A3.3).-Desarrollar eje de Campaña	En base al eje de campaña se desarrolla la campaña en un 100%	X	X		X	X	4	Alto
	(A4).-Desarrollar Plan de Medios	Se identifica un Medio Principal, un Medio Secundario y un Medio Auxiliar	X	X	X	X	X	5	Alto
	(A4.1).-Medios Principales	Afiche Banner	X	X	X	X	X	5	Alto
	(A4.2).-Medios Secundarios	Plegable	X	X	X	X	X	5	Alto
	(A4.3).-Medios Auxiliares	Internet Pág. Web	X	X	X	X	X	5	Alto
	(A4.4).-Publicidad 360 grados	Se crea una fanpage en Facebook y una cuenta en YouTube	X	X	X	X	X	5	Alto

Elaborado por: Emily Santacruz

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

4.04.03. Medios de Verificación

Tabla 6: Medios de Verificación

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de Verificación				
			Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
Finalidad	(F1).- Reconocimiento de la comuna dentro del desarrollo social	Se aumenta el reconocimiento de la comuna en un 80%	Observación	Observación	Cualitativo	Semanal	Emily Santacruz
	(F2).-Generar identidad corporativa	Diseño del 100% de la identidad corporativa	Datos y Registro	Encuesta	Cuantitativo	Semanal	Emily Santacruz
	(F3).- Incrementar la actividad turística	Se aumenta la afluencia turística en un 60%	Registros	Entrevista	Cualitativo	Semanal	Emily Santacruz
	(F4).-Dar a conocer la belleza de la comuna	El conocimiento en los turistas se incrementa en un 90%	Datos y Registro	Encuesta	Cuantitativo	Semanal	Emily Santacruz
	(F5).-Difundir la identidad de la comuna por medio de la publicidad	Se difunde al 90% la identidad cultural de la comuna	Registros	Entrevista	Cualitativo	Semanal	Emily Santacruz
Propósito	(P1).-Generar procesos comunicacionales en la Comuna Sahuangal de la Parroquia Pacto	Creación de procesos comunicacionales en la comuna Sahuangal al 100%	Observación	Observación	Cualitativo	Semanal	Emily Santacruz
Componentes	C1.-Representar a la población dentro de su identidad cultural	Se reconoce a la comuna dentro del desarrollo social en un 70 %	Observación	Observación	Cualitativo	Semanal	Emily Santacruz
	C2.-Implementar factores gráficos.	Diseño del 100% de factores gráficos	Registros	Entrevista	Cualitativo	Semanal	Emily Santacruz
	C3.-Elaborar material publicitario	Se genera interés en el grupo objetivo en un 90% mediante la creación de artes publicitarias	Registros	Entrevista	Cualitativo	Semanal	Emily Santacruz
	C4.-Generar estrategias de difusión	Se incrementa la aceptación del mensaje dado en un 90% gracias a las estrategias de difusión	Datos y Registro	Encuesta	Cuantitativo	Semanal	Emily Santacruz

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

	C5.-Recolectar información de la comuna	Se recolecta un 100% de información relevante de la comuna	Observación	Observación	Cualitativo	Semanal	Emily Santacruz
	C6.-Diseñar el logotipo que identifique a la comuna	Diseño al 100% del logotipo de la comuna	Registros	Entrevista	Cualitativo	Semanal	Emily Santacruz
	C7.-Recolectar información sobre los atractivos turísticos de la comuna	Se recolecta un 100% de información sobre las rutas turísticas	Observación	Observación	Cualitativo	Semanal	Emily Santacruz
	C8.-Aplicar un plan de medios adecuado	Los soportes gráficos son aplicados en un 100% en los medios correctos	Registros	Entrevista	Cualitativo	Semanal	Emily Santacruz
	C9.-Realizar sesiones fotográficas	Se recolecta información fotográfica en un 90%	Datos y Registro	Encuesta	Cuantitativo	Semanal	Emily Santacruz
	C10.-Generar interés en las autoridades	Se genera un interés del 80% en las autoridades sobre el proyecto	Registros	Entrevista	Cualitativo	Semanal	Emily Santacruz
	C11.-Desarrollar estrategias comunicacionales	Se identifica un 100%, de problemas comunicacionales en la comuna	Observación	Observación	Cualitativo	Semanal	Emily Santacruz
Actividades	(A1).- Analizar el Grupo Objetivo	Se identifica un 90%, el nivel de desconocimiento del grupo objetivo	Observación	Observación	Cualitativo	Semanal	Emily Santacruz
	(A1.1).- Identificar problemas y objetivos comunicacionales	Se proponen los objetivos a desarrollar en la campaña en un 100%	Observación	Observación	Cualitativo	Semanal	Emily Santacruz
	(A2).-Realizar bocetos	Se diseñan tres bocetos de posibles logotipos al 100%	Observación	Observación	Cualitativo	Semanal	Emily Santacruz
	(A2.1).- Realizar el manual de logotipo	Se finaliza al 100% el manual de logotipo	Datos y Registro	Encuesta	Cuantitativo	Semanal	Emily Santacruz
	(A3).-Elaborar estrategia creativa	Se establecen las bases en un 100% para realizar la campaña	Observación	Observación	Cualitativo	Semanal	Emily Santacruz
	(A3.1).- Establecer mensaje básico	Se plantea la idea base para desarrollar la campaña al 100%	Observación	Observación	Cualitativo	Semanal	Emily Santacruz
	(A3.2).-Proponer Insight	Se identifica el concepto principal en un 100%	Observación	Observación	Cualitativo	Semanal	Emily Santacruz

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

	(A3.3).- Desarrollar eje de Campaña	En base al eje de campaña se desarrolla la campaña en un 100%	Observación	Observación	Cualitativo	Semanal	Emily Santacruz
	(A4).-Desarrollar Plan de Medios	Se identifica un Medio Principal, un Medio Secundario y un Medio Auxiliar	Observación	Observación	Cualitativo	Semanal	Emily Santacruz
	(A4.1).-Medios Principales	Afiche Banner	Datos Registro	Encuesta	Cuantitativo	Semanal	Emily Santacruz
	(A4.2).-Medios Secundarios	Plegable	Datos y Registros	Encuesta	Cuantitativo	Semanal	Emily Santacruz
	(A4.3).-Medios Auxiliares	Internet Pág. Web	Datos y Registros	Encuesta	Cuantitativo	Semanal	Emily Santacruz
	(A4.4).- Publicidad 360 grados	Se crea una fanpage en Facebook y una cuenta en YouTube	Datos y Registros	Encuesta	Cuantitativo	Semanal	Emily Santacruz

Elaborado por: Emily Santacruz

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

4.04.04. Supuestos

Tabla 7: Supuestos

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Finalidad	(F1).-Reconocimiento de la comuna dentro del desarrollo social	Presupuesto limitado	X				
	(F2).-Generar identidad corporativa	Desacuerdo entre dirigentes		X			
	(F3).-Incrementar la actividad turística	Rutas turísticas en mal estado				X	
	(F4).-Dar a conocer la belleza de la comuna	Desastres ambientales				X	
	(F5).-Difundir la identidad de la comuna por medio de la publicidad	No contar con el apoyo del municipio	X	X			
Propósito	(P1).-Generar procesos comunicacionales en la Comuna Sahuangal de la Parroquia Pacto	Cambio de directiva de la comuna	X	X			
Componentes	C1.-Representar a la población dentro de su identidad cultural	Presupuesto limitado	X				
	C2.-Implementar factores gráficos.	No contar con el apoyo del municipio	X	X			
	C3.-Elaborar material publicitario	No contar con el apoyo del municipio	X	X			
	C4.-Generar estrategias de difusión	No contar con el apoyo del municipio	X	X			
	C5.-Recolectar información de la comuna	Carreteras en mal estado				X	
	C6.-Diseñar el logotipo que identifique a la comuna	Cambio de directiva de la comuna		X			
	C7.-Recolectar información sobre los atractivos turísticos de la comuna	Desastres naturales				X	
	C8.-Aplicar un plan de medios adecuado	No contar con el apoyo del municipio	X	X			
	C9.-Realizar sesiones fotográficas	Carreteras en mal estado				X	
	C10.-Generar interés en las autoridades	Cambio de directiva de la comuna		X			
	C11.-Desarrollar estrategias comunicacionales	No contar con el apoyo del municipio	X	X			

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

Actividades	(A1).- Analizar el Grupo Objetivo	Carreteras en mal estado				X	
	(A1.1).-Identificar problemas y objetivos comunicacionales	Desacuerdos entre comuneros		X	X		
	(A2).-Realizar bocetos	Carreteras en mal estado				X	
	(A2.1).- Realizar el manual de logotipo	Cambio de directiva de la comuna		X			
	(A3).-Elaborar estrategia creativa	Desacuerdos entre comuneros	X	X			
	(A3.1).-Establecer mensaje básico	No contar con el apoyo del municipio	X	X			
	(A3.2).-Proponer Insight	Carreteras en mal estado	X	X			
	(A3.3).-Desarrollar eje de Campaña	No contar con el apoyo del municipio	X	X			
	(A4).-Desarrollar Plan de Medios	Cambio de dirigentes	X	X			
	(A4.1).-Medios Principales	Presupuesto limitado	X	X			
	(A4.2).-Medios Secundarios	No contar con el apoyo de dirigentes	X	X			
	(A4.3).-Medios Auxiliares	Presupuesto limitado	X	X			
	(A4.4).-Publicidad 360 grados	Desastres naturales	X	X			

Elaborado por: Emily Santacruz

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

4.04.05 Matriz Marco Lógico (MML)

Tabla 8: Matriz del Marco Lógico

Resumen Narrativo	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos
FINES			
F.1.Reconocimiento de la comuna dentro del desarrollo social	F.1.1 Se aumenta el reconocimiento de la comuna en un 80%	F.1.1.1 Observación	F.1.1.1.1 Presupuesto limitado
F.2.Generar identidad corporativa	F.2.2 Diseño del 100% de la identidad corporativa	F.2.2.2 Encuesta	F.2.2.2.2 Desacuerdo entre dirigentes
F.3.Incrementar la actividad turística	F.3.3 Se aumenta la afluencia turística en un 60%	F.3.3.3 Entrevista	F.3.3.3.3 Rutas turísticas en mal estado
F.4.Dar a conocer la belleza de la comuna	F.4.4 El conocimiento en los turistas se incrementa en un 90%	F.4.4.4 Encuesta	F.4.4.4.4 Desastres ambientales
F.5.Difundir la identidad de la comuna por medio de la publicidad	F.5.5 Se difunde al 90% la identidad cultural de la comuna	F.5.5.5 Entrevista	F.5.5.5.5 No contar con el apoyo del municipio
PROPÓSITO			
P.1. Generar procesos comunicacionales en la Comuna Sahuangal de la Parroquia Pacto	P.1.1 Creación de procesos comunicacionales en la comuna Sahuangal al 100%	P.1.1.1 Observación	P.1.1.1.1 Cambio de directiva de la comuna
COMPONENTES			
C.1. Representar a la población dentro de su identidad cultural	C.1.1 Se reconoce a la comuna dentro del desarrollo social en un 70 %	C.1.1.1 Observación	C.1.1.1.1 Presupuesto limitado

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

C.2. Implementar factores gráficos.	C.2.2 Diseño del 100% de factores gráficos	C.2.2.2 Entrevista	C.2.2.2.2 No contar con el apoyo del municipio
C.3. Elaborar material publicitario	C.3.3 Se genera interés en el grupo objetivo en un 90% mediante la creación de artes publicitarias	C.3.3.3 Entrevista	C.3.3.3.3 No contar con el apoyo del municipio
C.4. Generar estrategias de difusión	C.4.4 Se incrementa la aceptación del mensaje dado en un 90% gracias a las estrategias de difusión	C.4.4.4. Encuesta	C.4.4.4.4 No contar con el apoyo del municipio
C.5. Recolectar información de la comuna	C.5.5 Se recolecta un 100% de información relevante de la comuna	C.5.5.5 Observación	C.5.5.5.5 Carreteras en mal estado
C.6. Diseñar el logotipo que identifique a la comuna	C.6.6 Diseño al 100% del logotipo de la comuna	C.6.6.6 Entrevista	C.6.6.6.6 Cambio de directiva de la comuna
C.7. Recolectar información sobre los atractivos turísticos de la comuna	C.7.7 Se recolecta un 100% de información sobre las rutas turísticas	C.7.7.7 Observación	C.7.7.7.7 Desastres naturales
C.8. Aplicar un plan de medios adecuado	C.8.8 Los soportes gráficos son aplicados en un 100% en los medios correctos	C.8.8.8 Entrevista	C.8.8.8.8 No contar con el apoyo del municipio
C.9. Realizar sesiones fotográficas	C.9.9 Se recolecta información fotográfica en un 90%	C.9.9.9 Encuesta	C.9.9.9 Carreteras en mal estado
C.10. Generar interés en las autoridades	C.10.10 Se genera un interés del 80% en las autoridades sobre el proyecto	C.10.10.10 Entrevista	C.10.10.10.10 Cambio de directiva de la comuna
C.11. Desarrollar estrategias	C.11.11 Se identifica un 100%, de	C.11.11.11	C.11.11.11.11 No contar con el apoyo del

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

comunicacionales	problemas comunicacionales en la comuna	Observación	municipio
ACTIVIDADES			
A.1. Analizar el Grupo Objetivo	A.1.1 Se identifica un 90%, el nivel de desconocimiento del grupo objetivo	A.1.1.1 Observación	A.1.1.1.1 Carreteras en mal estado
A.1.1. Identificar problemas y objetivos comunicacionales	A.1.1.1 Se proponen los objetivos a desarrollar en la campaña en un 100%	A.1.1.1.1 Observación	A.1.1.1.1.1 Desacuerdos entre comuneros
A.2. Realizar bocetos	A.2.2 Se diseñan tres bocetos de posibles logotipos al 100%	A.2.2.2 Observación	A.2.2.2.2 Carreteras en mal estado
A.2.1. Realizar el manual de logotipo	A.2.1.1 Se finaliza al 100% el manual de logotipo	A.2.1.1.1 Se finaliza al 100% el manual de logotipo Encuesta	A.2.1.1.1.1 Cambio de directiva de la comuna
A.3. Elaborar estrategia creativa	A.3.3 Se establecen las bases en un 100% para realizar la campaña	A.3.3.3 Observación	A.3.3.3.3 Desacuerdos entre comuneros
A.3.1. Establecer mensaje básico	A.3.1.1 Se plantea la idea base para desarrollar la campaña al 100%	A.3.1.1.1 Observación	A.3.1.1.1.1 No contar con el apoyo del municipio
A.3.2. Proponer Insight	A.3.2.2 Se identifica el concepto principal en un 100%	A.3.2.2.2 Observación	A.3.2.2.2.2 Carreteras en mal estado
A.3.3. Desarrollar eje de Campaña	A.3.3.3 En base al eje de campaña se desarrolla la campaña en un 100%	A.3.3.3.3 Observación	A.3.3.3.3.3 No contar con el apoyo del municipio
A.4. Desarrollar Plan de Medios	A.4.4 Se identifica un Medio Principal, un Medio Secundario y un Medio Auxiliar	A.4.4.4 Observación	A.4.4.4.4 Cambio de dirigentes
A.4.1. Medios	A.4.1.1 Spot	A.4.1.1.1 Encuesta	A.4.1.1.1.1 Presupuesto

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

Principales	Publicitario Video		limitado
A.4.2. Medios Secundarios	A.4.2.2 Afiche Tríptico	A.4.2.2.2 Encuesta	A.4.2.2.2.2 No contar con el apoyo de dirigentes
A.4.3. Medios Auxiliares	A.4.3.3	A.4.3.3.3 Encuesta	A.4.3.3.3.3 Presupuesto limitado
A.4.4. Publicidad 360 grados	A4.4.4 Se crea una fanpage en Facebook y una cuenta en YouTube	A4.4.4.4 Encuesta	A4.4.4.4.4 Desastres naturales

Elaborado por: Emily Santacruz

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

CAPÍTULO V

La Propuesta

5.01. Antecedentes de la herramienta de la Propuesta

5.01.01 Publicidad

Es una forma de comunicación pagada de largo alcance, es decir, que el mensaje llega al grupo objetivo mediante medios masivos como la televisión, radio, periódicos, revistas, internet, gigantografías, volantes, entre otros.

5.01.02 Publicidad en el Ecuador

La publicidad en el Ecuador comienza en junio del 2013 luego de ser aprobada la Ley Orgánica de la Comunicación. El art. 98 obliga a la transmisión en los medios nacionales, las piezas publicitarias deben realizarse con un 80% de personal nacional o extranjeros nacionalizados

5.01.03 Campaña Publicitaria

Una campaña publicitaria se diseña de manera estratégica para cumplir una serie de objetivos y resolver problema comunicacionales, es necesario tener clara la estrategia creativa para que la campaña publicitaria funcione con éxito.

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

5.01.04 Comunas de Quito

La comuna es una forma de organización económica y social que basa sus esfuerzos en la propiedad colectiva, su principal propósito es promover el autogobierno con esto se proponen un conjunto de leyes sobre el sistema económico con relación a la producción, distribución y al intercambio con un único fin impulsar el desarrollo interno.

5.01.05 VI encuentro de comunas y comunidades ancestrales de Quito 2016.

Es un espacio de encuentro anual de los comuneros/as de Quito para generar procesos de reflexión, diálogo intercambio de experiencias y construcción de propuestas de trabajo conjunto y articulado entre los distintos niveles de Gobierno: Cabildo Comunal, Municipio de Quito, GADs Parroquiales Rurales, con la finalidad de promover el reconocimiento, valoración y afirmación de estas organizaciones comunitarias que están presentes históricamente en el territorio del Distrito Metropolitano de Quito, manteniendo vivos sus derechos colectivos, formas de organización social, tenencia colectiva de la tierra, saberes y prácticas culturales que son parte de las identidades locales que enriquecen la construcción viva del DMQ.

5.01.06 Microsoft Office Word 2010

Word es un **procesador de texto** que le permite al usuario crear y editar documentos de texto en un ordenador o computadora.

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

Esta herramienta será indispensable para la elaboración del presente proyecto para organizar toda la información de manera ordenada para la presentación final.

5.01.07 Microsoft Office Excel 2010

Excel es un software en el cual se puede realizar **tareas contables y financieras**, estadísticas y gráficos gracias a sus funciones. Microsoft Excel es una herramienta que realiza cálculos, tablas y tabulaciones, de una manera práctica optimizando así el tiempo.

5.01.08 Adonde Ilustrador CS6

Ilustrador es un programa de la familia de Adobe con una función principal crear vectores, acompañado de infinitas funciones y de la aplicación del color en sus diferentes modos.

Es una herramienta indispensable para desarrollar toda la parte gráfica dentro del proyecto.

5.01.09 Adobe Photoshop CS6

Su principal función es la edición de imágenes, creación de montajes, este programa también está diseñado para la realización de páginas web, siempre y cuando sea la generación del tipo de imágenes.

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

En el presente proyecto Adobe Photoshop será utilizado en el retoque de imágenes, calibración del color, creación de tipografías , contajes, entre otras más.

5.01.10 Adobe Muse CC

Muse es una plataforma para realizar páginas web interactivas y funcionales, es ideal para diseñadores gráficos por las herramientas que ofrece.

En el presente proyecto el programa es utilizado para crear un sitio web completo informativo

5.01.11 Adobe Flash CS6

Es un programa especializado en crear animaciones, diseñar páginas web, mini-juegos y casi cualquier aplicación para web o incluso de escritorio.

Esta herramienta se utilizará en la presentación del proyecto para crear interacción con el veedor y producir impacto visual

5.02 Descripción de la herramienta

5.02.01 Encuesta

Según, (Hernández, Fernández y Baptista, 1991) la encuesta es:

“Consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir.

Debe ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis”. (p. 217)

5.02.02 Formato Encuesta

ENCUESTA

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

Buenos días mi nombre es Emily Santacruz estudiante del ITSCO de 6to nivel de Diseño Gráfico, el objetivo de la encuesta es determinar el posicionamiento de la comuna Sahuangal, le pido de la manera más atenta me ayude a realizar esta encuesta lo que le tomara 5 minutos, gracias por su tiempo.

Indicaciones

- Realice la encuesta con esferográfico azul
- Lea detenidamente cada pregunta

Pregunta 1.-

¿Conoce usted a la Comuna Sahuangal?

Si ☐

No ☐

Pregunta 2.-

¿Conoce usted dónde está ubicada la Comuna Sahuangal?

Si ☐

No ☐

Pregunta 3.-

¿Cree que es importante conocer cómo es la vida en las comunas de Quito?

Si ☐

¿Porqué?

..... ☐

No

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

Pregunta 4.-

Para usted cuán importante es la publicidad?

Poco importante ☐

Importante ☐

Muy importante ☐

Pregunta 5.-

¿Qué medio cree usted es el más importante?

Televisión ☐

Internet ☐

Radio ☐

Prensa ☐

Pregunta 6.-

¿Qué actividad realiza usted en el feriado?

Viajes ☐

En casa ☐

Viajo en la ciudad ☐

Pregunta 7.-

¿Cuál cree usted que sea el factor para desconocer a la comuna Sahuangal?

Poca información ☐

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

Escasa publicidad	☐
Recursos económicos	☐
Falta de interés	☐

Pregunta 8.-

¿Usted considera que una campaña publicitaria, puede ser el medio mediante el cual se aumente el interés por conocer a la comuna Sahuangal?

SÍ ☐

NO ☐

Pregunta 9.-

¿Quisiera conocer a la comuna Sahuangal?

SÍ ☐

NO ☐

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

5.02.03 Resultados y Análisis de la Encuesta

Pregunta 1.-

¿Conoce usted a la Comuna Sahuangal?

Tabla 9: Análisis1

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	16	4,21 %
No	364	95,79%
Total	380	100 %

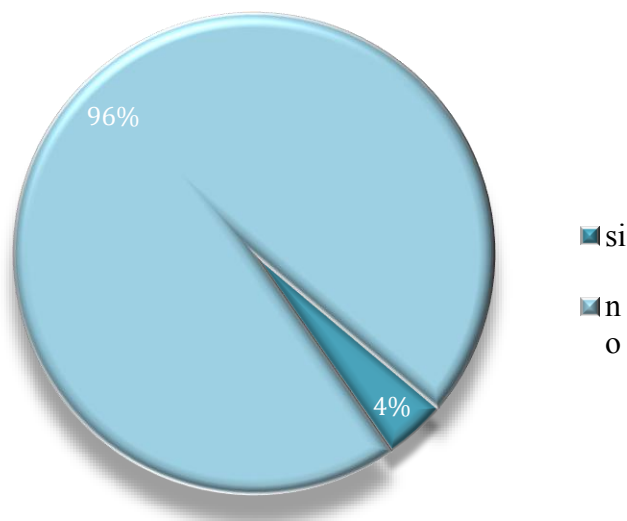


Figura N°8: Análisis 1

Elaborado Por: Emily Santacruz

Análisis: La mayoría de encuestados no conocen a la comuna Sahuangal con un 96%

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

Pregunta 2.-

¿Conoce usted dónde está ubicada la Comuna Sahuangal?

Tabla 10: Análisis2

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	16	4,21 %
No	364	95,79%
Total	380	100 %

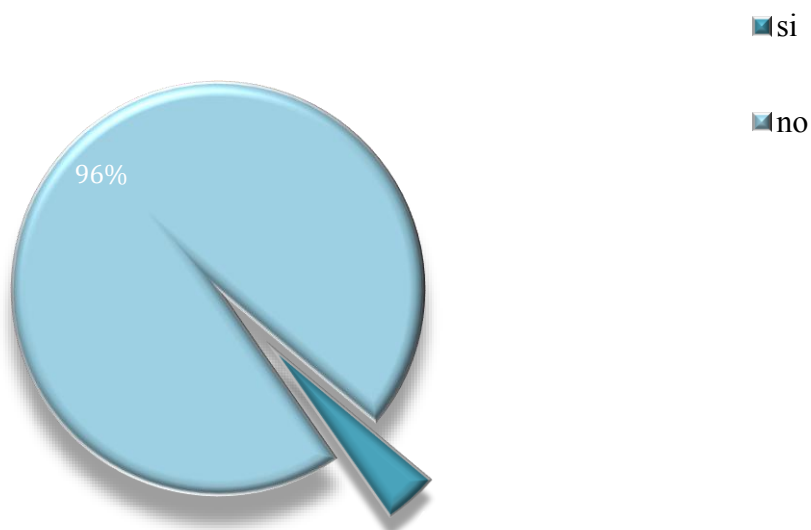


Figura N°9: Análisis 2

Elaborado Por: Emily Santacruz

Análisis: La mayoría de encuestados no conocen la ubicación de la comuna Sahuangal con un 96%

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

Pregunta 3.-

¿Cree que es importante conocer cómo es la vida en las comunas de Quito?

Tabla 11: Análisis3

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	251	66,05 %
No	129	33,95%
Total	380	100 %

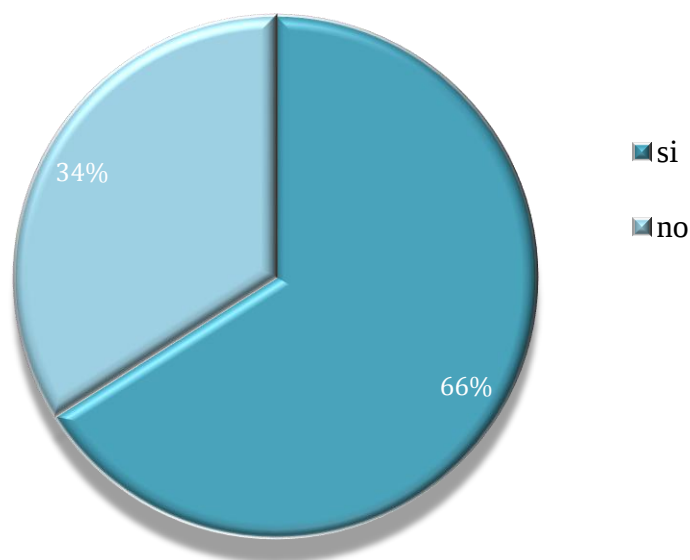


Figura N° 10: Análisis 3

Elaborado Por: Emily Santacruz

Análisis: El 66% de encuestados creen que es importante conocer la vida de la comunas de Quito

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

Pregunta 4.-

Para usted cuán importante es la publicidad?

Tabla 12: Análisis4

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Poco importante	40	10,53%
Importante	98	25,79%
Muy Importante	242	63,68%
Total	380	100 %

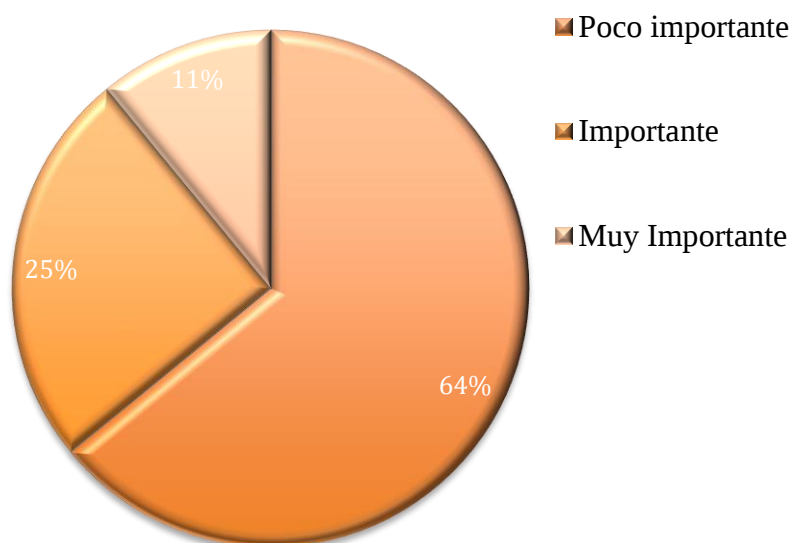


Figura N° 11: Análisis 4

Elaborado Por: Emily Santacruz

Análisis: La mayoría de encuestados creen que es muy importante la publicidad con un 64%

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

Pregunta 5.-

¿Qué medio cree usted es el más importante?

Tabla 13: Análisis5

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	123	32,37%
Internet	147	38,68%
Radio	47	12,37%
Prensa	63	16,58%
Total	380	100 %

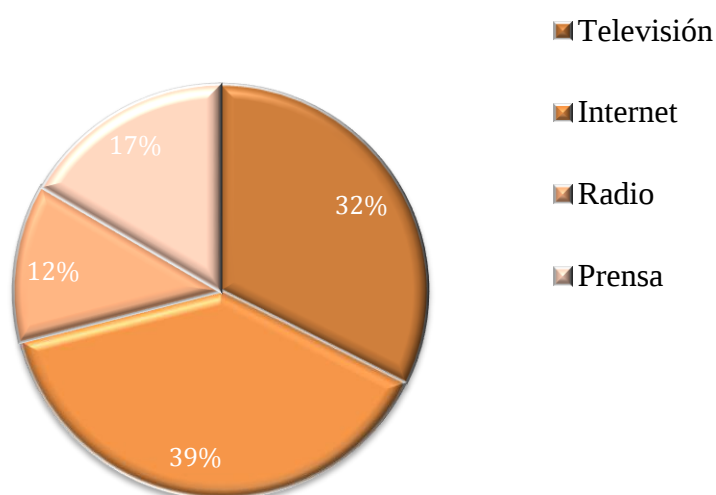


Figura N° 12: Análisis 5

Elaborado Por: Emily Santacruz

Análisis: La mayoría de encuestados piensan que el internet es el medio más importante con un 39%

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

Pregunta 6.-

¿Qué actividad realiza usted en el feriado?

Tabla 14: Análisis6

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Viajes	134	35,26%
En casa	104	27,37%
Viajo en la ciudad	142	37,37%
Total	380	100 %

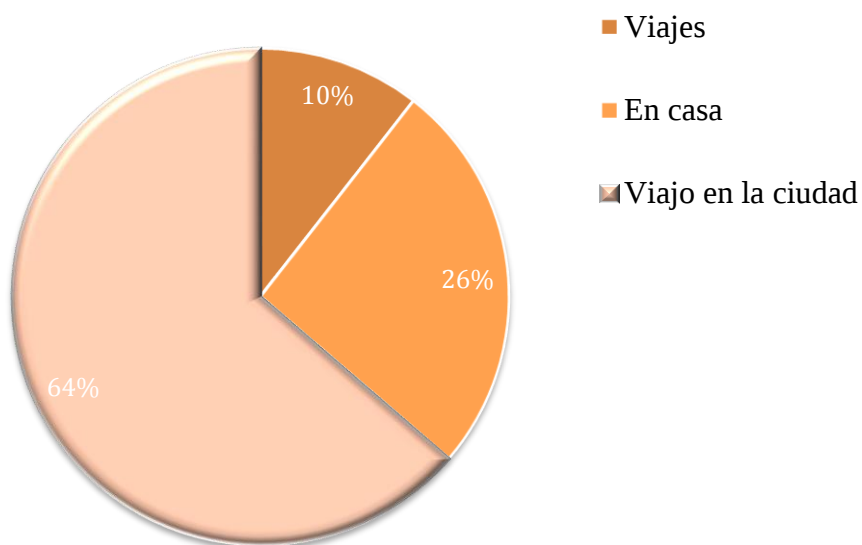


Figura N° 13: Análisis 6

Elaborado Por: Emily Santacruz

Análisis: La mayoría de encuestados viajan por la ciudad en feriados con un 64%

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

Pregunta 7.-

¿Cuál cree usted que sea el factor para desconocer a la comuna Sahuangal?

Tabla 15: Análisis 7

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Poca información	250	65,79%
Escasa publicidad	90	23,68%
Recursos económicos	12	3,16%
Falta de interés	28	7,37%
Total	380	100 %

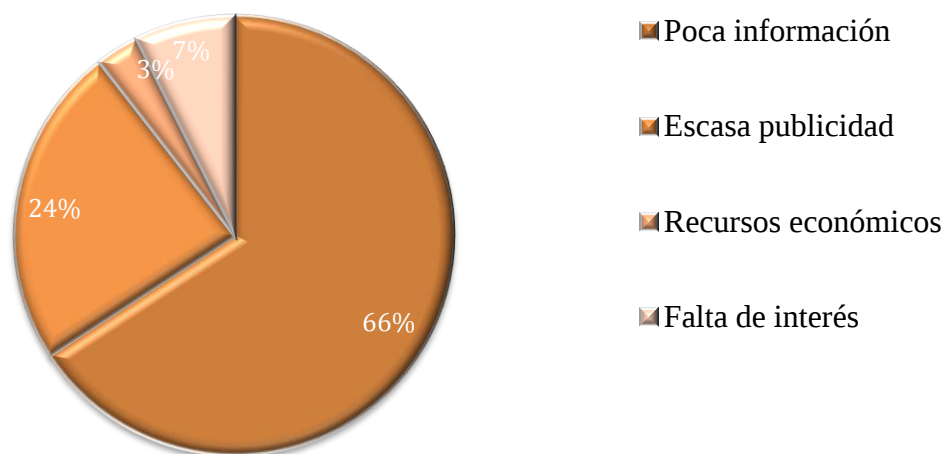


Figura N° 14: Análisis 7

Elaborado Por: Emily Santacruz

Análisis: La mayoría de encuestados creen que el factor para desconocer a la comuna en la poca información con un 66%

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

Pregunta 8.-

¿Usted considera que una campaña publicitaria, puede ser el medio mediante el cual se aumente el interés por conocer a la comuna Sahuangal?

Tabla 16: Análisis 8

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	327	86,05 %
No	53	13,95%
Total	380	100 %

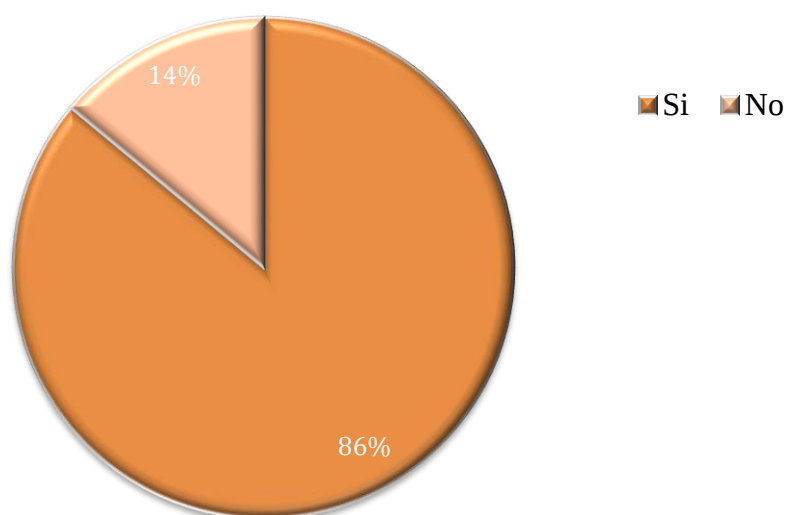


Figura N° 15: Análisis 8

Elaborado Por: Emily Santacruz

Análisis: La mayoría de encuestados considera que una campaña publicitaria si puede ser el medio mediante el cual se aumente el interés por conocer a la comuna Sahuangal con un 86%

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

Pregunta 9.-

¿Quisiera conocer a la comuna Sahuangal?

Tabla 17: Análisis 9

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	216	56,84 %
No	164	43,16%
Total	380	100 %

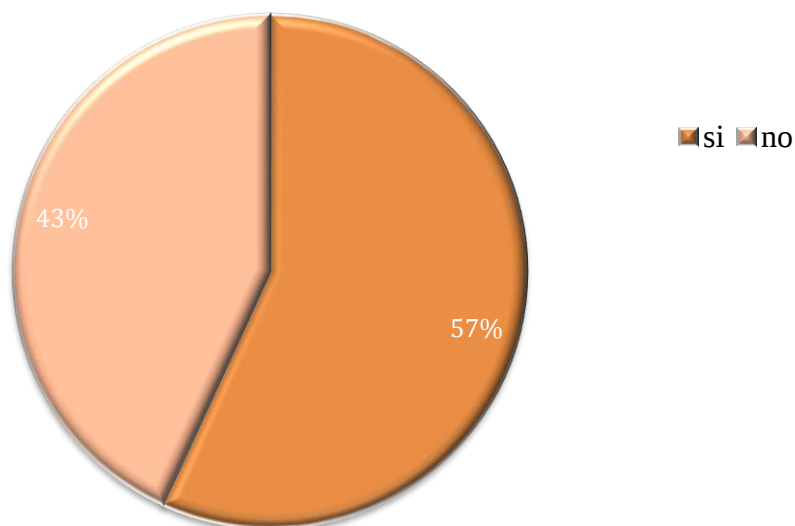


Figura N° 16: Análisis 9

Elaborado Por: Emily Santacruz

Análisis: La mayoría de encuestados desean conocer a la comuna Sahuangal con un 57%

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

5.03 Formulación del Proceso de Aplicación

El proceso del proyecto se lo realizara por medio de una campaña publicitaria que nos permitirá informar sobre el encuentro de comunas y comunidades ancestrales de Quito 2016, por lo cual se desarrollaran artes publicitarias para difundir el mensaje en diferentes medios Auxiliares (afiches, plegables, banner), Internet (página web y redes sociales; fan page y video en YouTube), para complementar la campaña publicitaria 360 grados.

5.03.01 Brief Publicitario

Sahuangal es una tierra virgen muy productiva la cual no es conocida. Corresponde al bosque húmedo tropical de la cordillera occidental, clima subtropical, temperatura que fluctúa entre 18 y 30 grados centígrados, la vía de acceso es de tercer orden y comunica con la provincia de Imbabura, Cantón–Cotacachi, Parroquia García Moreno poblado de San José de Magdalena; está a 780 metros sobre el nivel del mar. La comunidad cuenta con una planta de tratamiento de agua procedente de la fuente superficial que entra por gravedad y realiza el proceso físico químico con agua tratada de 50m³ y pasa a ser distribuida a la población. Las principales actividades económicas de la población son la agricultura, ganadería, y la piscícola, que constituyen el 100% del total de actividades.

La actividad económica más importante es la agricultura y está orientada a la siembra y cosecha de plátanos, yuca, papaya, naranja, mandarina, limones, cacao; misma que es trasladada generalmente todos los Jueves por camiones hasta la feria libre del mercado de la Ofelia o San Roque para ser comercializada.

La actividad ganadera, acompañada de la producción láctea toma un segundo lugar debido a las condiciones del camino no es posible siempre salir a comercializarlas. Las reses son vendidas directamente ya que no se cuenta con el equipo adecuado para su faena miento. Los lácteos y sus derivados son de comercialización y consumo interno.

En ciertas fincas existe criaderos de tilapias, mismas que son comercializadas internamente.

Una familia en la comunidad se dedica al cultivo de la caña de azúcar, elaboración de panela en polvo y melcochas, que son comercializados internamente o en Pacto.

Existen tres tiendas de abarrotes que muchas veces no da abasto por la escases de productos de primera necesidad debido a la falta de transporte y caminos adecuados.

Durante los últimos 30 años, con la explotación minera en la Provincia de Imbabura aladaña a la comunidad y el reciente proyecto de construcción de la represa hidroeléctrica sobre el Río Guayllabamba, se ha experimentado cambios sustanciales en el medio natural de la región; la tala del bosque natural con fines de explotación maderera, reflejados en la disminución del número de cosechas de los diferentes productos de la zona.

No existe identidad corporativa para su representación, por ende es necesario diseñar el logotipo con su respectivo manual corporativo.

La comuna Sahuangal será sede del VI Encuentro de Comunas y Comunidades Ancestrales de Quito organizada por la Dirección y coordinación territorial del Distrito Metropolitano de Quito con el apoyo del Instituto Tecnológico Superior Cordillera, para el cual es necesario la creación y diseño del logotipo para el encuentro con esto diseñar todas las artes de difusión (afiche, banner, tríptico, certificados, señalética).

Adicional es necesario el apoyo para organizar el evento; inscribir a los participantes y direccionar de manera correcta el encuentro.

Grupo objetivo:

Edad: 20 a 40 años

Género: Masculino y Femenino

Situación Geográfica: Ciudad de Quito- Centro Histórico

Situación Económica: Media- Media Alta

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

5.03.02 Problemas Comunicacionales

5.03.02.01 Información

El grupo objetivo no tiene información sobre del encuentro de comunas ancestrales; la fecha, el lugar, el cronograma de actividades y las entidades responsables de la organización

5.03.02.02 Persuasión

Por ser un encuentro nuevo no cuenta con publicidad por lo cual no existe persuasión.

5.03.02.03 Posicionamiento

Nulo.

5.03.02.04 Mantenimiento

El VI encuentro de comunas no ha sido difundido por ende el turista nacional y extranjero desconoce de la realización de este evento.

5.03.03 Objetivos Comunicacionales

5.03.03.01 Información

Informar sobre el encuentro de comunas ancestrales; la fecha, el lugar, el cronograma de actividades y las entidades responsables de la organización

MEDIO: Alternativo (Afiche, Banner)

5.03.03.02 Persuasión

Resaltar las características de la comuna: informar, socializar, mostrar galerías y guiar al turista.

MEDIO: Alternativo (Plegable)

5.03.03.03 Posicionamiento

Manejar adecuadamente su Imagen, colores y características.

MEDIO: Internet (Fan page, video en Youtube)

5.03.03.04 Mantenimiento

Recordar en la mente del grupo objetivo el nombre de la comuna y el evento realizado.

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

MEDIO: Internet (Página Web)

5.03.04 Estrategia Creativa

5.03.04.01 Beneficio Racional:

Informar

5.03.04.02 Mensaje Básico:

Compartir saberes culturales y ancestrales en Sahuangal

5.03.04.03 Tono: Indiferente

5.03.04.04 Estilo: Semi-Formal

5.03.04.05 Insight

Aprender y conservar la cultura de las comunas

5.03.04.06 Eje de Campaña

Informar para que el grupo objetivo reconozca y se identifique con el evento.

5.03.04.07 Reason Why

Beneficio Racional:

Informar ya que todas las artes se basan en dar información sobre el evento.

Mensaje Básico:

Compartir saberes culturales y ancestrales en Sahuangal, este mensaje será transmitido durante en encuentro

Tono: Indiferente porque esta campaña no está destinada a atacar a nadie en particular

Estilo:

Semi-Formal porque la edad del grupo objetivo.

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

Insight:

Aprender y conservar la cultura de las comunas

Eje de Campaña

Informar los saberes culturales y ancestrales

5.03.05 Diseño de Piezas Gráficas

Figura N° 17: Logotipo de Sahuangal

Elaborado Por: Emily Santacruz



Figura N° 18: Logotipo del VI encuentro de comunas y Comunidades Ancestrales

Elaborado Por: Emily Santacruz

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

5.03.05.01 INFORMACIÓN :



Figura N° 19: Diseño del Afiche

Elaborado Por: Emily Santacruz

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”



Figura N° 20: Diseño del Banner

Elaborado Por: Emily Santacruz

5.03.05.02 PERSUACIÓN:



Figura N° 21: Diseño del Plegable -Tiro-

Elaborado Por: Emily Santacruz



Figura N° 22: Diseño del Plegable -Retiro-

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

5.03.05.03 POSICIONAMIENTO:

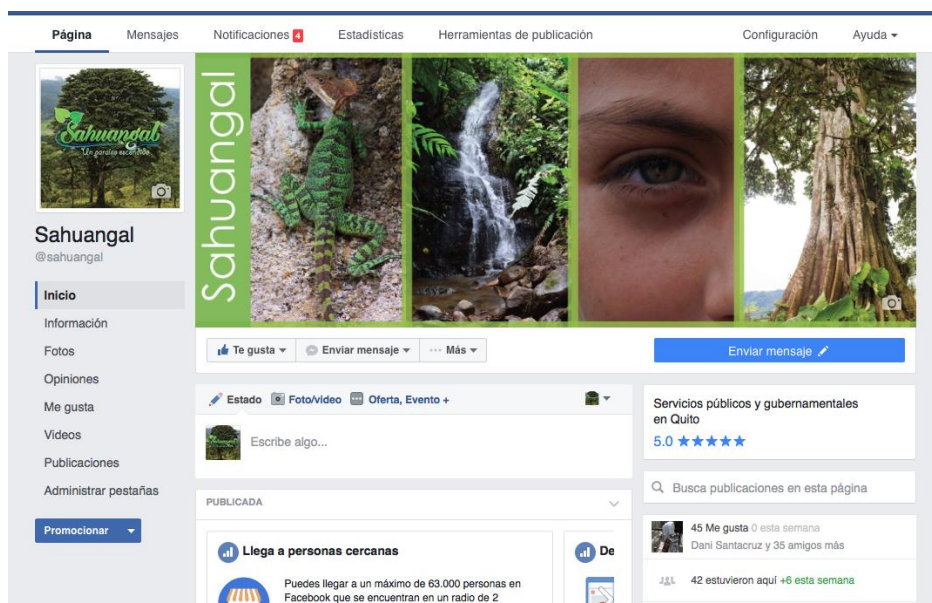


Figura N° 23: Fan Page en Facebook

Elaborado Por: Emily Santacruz



Figura N° 24: Video en YouTube

Elaborado Por: Emily Santacruz

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

5.03.05.04 MANTENIMIENTO:

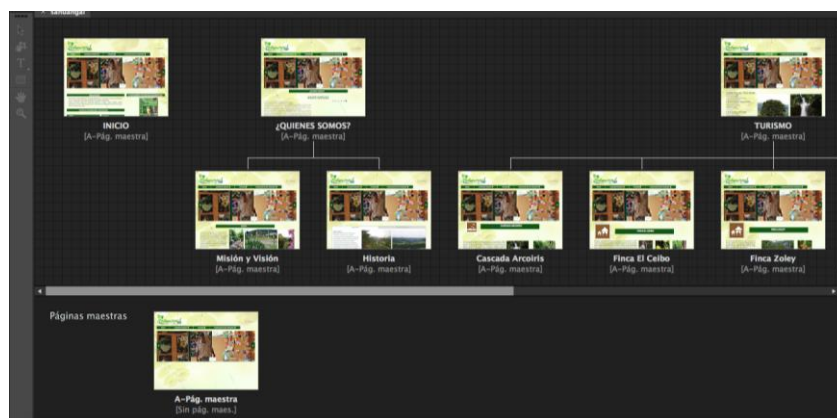


Figura N° 25: Estructura de Sitio Web

Elaborado Por: Emily Santacruz



Figura N° 26: Estructura de Página de Inicio

Elaborado Por: Emily Santacruz

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”



Figura N° 27: Estructura de Página de Misión y Visión

Elaborado Por: Emily Santacruz



Figura N° 28: Estructura de Página Quiénes somos

Elaborado Por: Emily Santacruz

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

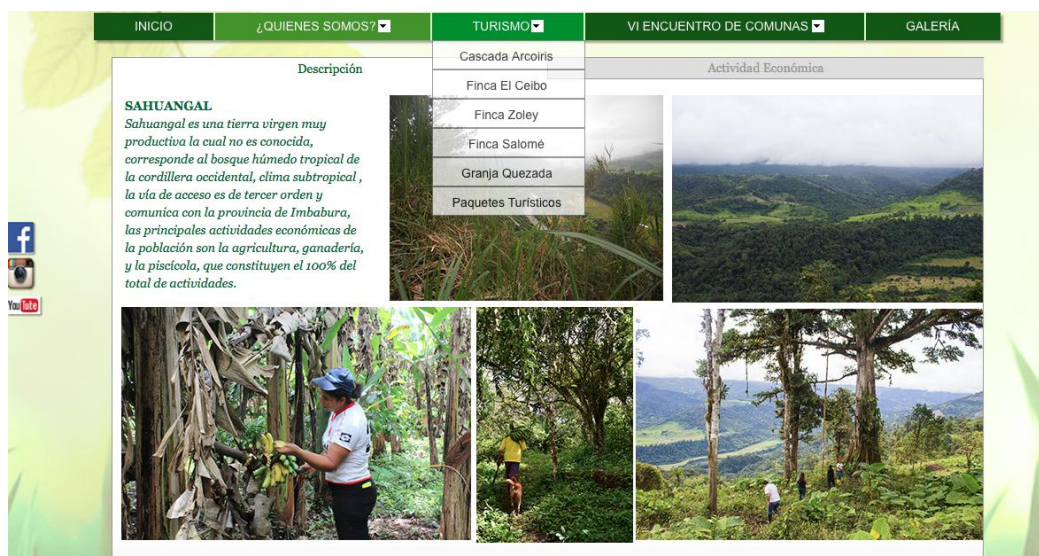


Figura N° 29: Estructura de Página Descripción de Sahuangal

Elaborado Por: Emily Santacruz

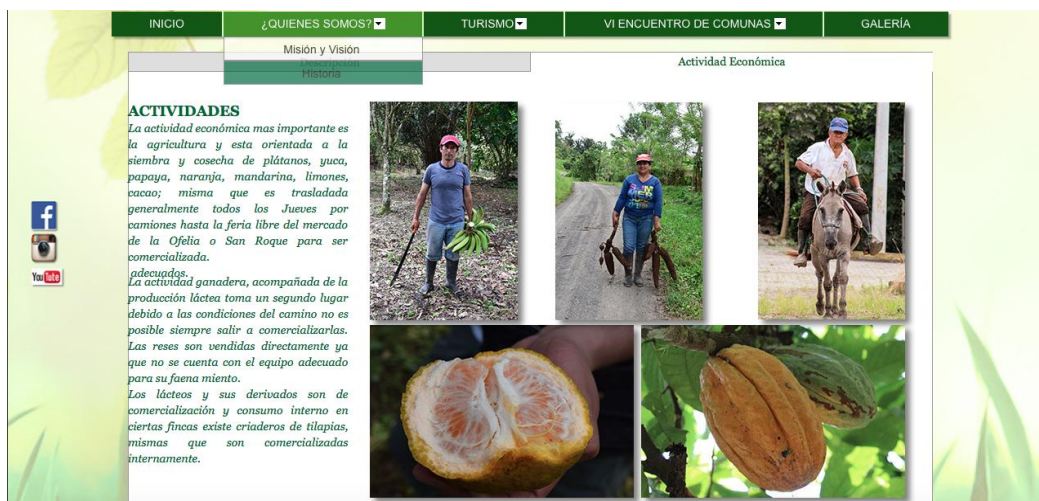


Figura N° 30: Estructura de Página Actividades Económicas

Elaborado Por: Emily Santacruz

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

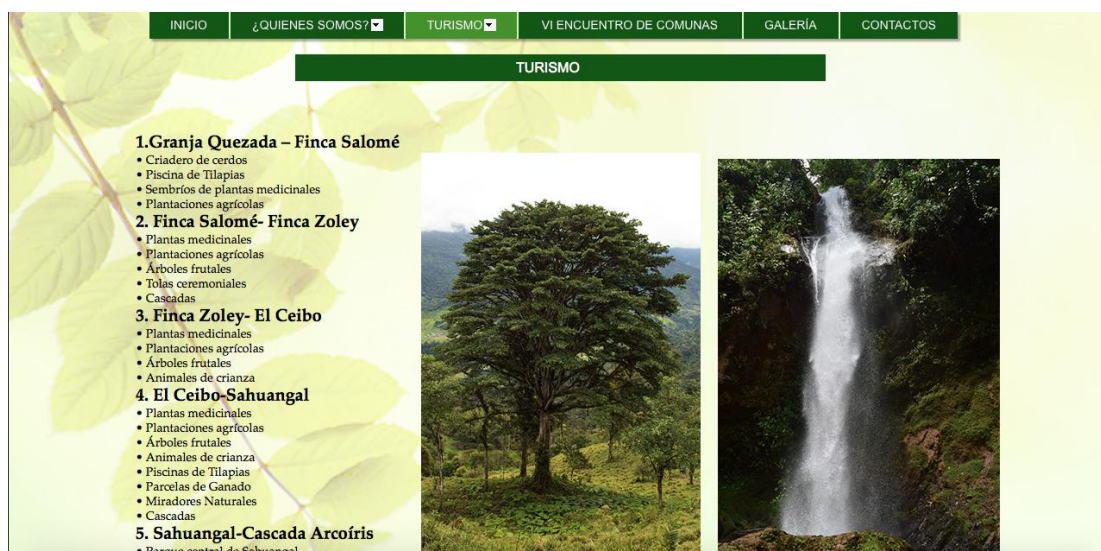


Figura N° 31: Estructura de Página Turismo

Elaborado Por: Emily Santacruz



Figura N° 32: Estructura de Página Cascada Arcoíris

Elaborado Por: Emily Santacruz

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”



Figura N° 33: Estructura de Página Turismo

Elaborado Por: Emily Santacruz

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”



Figura N° 34: Estructura de Página del VI encuentro de comunas

Elaborado Por: Emily Santacruz



Figura N° 35: Estructura de Página Galería

Elaborado Por: Emily Santacruz

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

5.03.06 AIDA

A: Captar la atención del grupo objetivo

Por medio de los afiches captamos la atención del grupo objetivo ya que fueron colocados estratégicamente dos semanas antes del evento.

I: Despertar el interés por asistir al evento

El interés se genera a partir de la persuasión que se produce con los trípticos y banner, la información que proporcionan las artes son completas y funcionales.

D: Generar un deseo por asistir al evento

Un medio de difusión fue la rueda de prensa el cual se desarrolló por organización del municipio de Quito para generar un deseo por asistir al encuentro.

A: Provocar la acción deseada

Los resultados fueron favorables al 100% el día del evento se registro más de 300 participantes cumpliendo así con el objetivo de la campaña

5.04 Plan y Estrategia de Medios

5.04.01 Medio Principal

Medio Alternativo: Afiche

Medio Alternativo: Banner

5.04.02 Medio Secundario

Medio Alternativo: Plegable

Internet: Página web

5.04.03 Medio Auxiliar

Internet: Redes Sociales(Fan page)

Internet: Video en Youtube.

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

5.04.04 Flow Chart

Tabla 18: Presupuesto de Producción

Medios principales	
Afiche	\$50
Banner	\$150
Medios secundarios	
Plegable	\$200
Pág. web	\$ 600
Medios auxiliares	
Fan Page	\$300
Youtube	\$ 100
Total producción	\$ 1400

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

Tabla 19: Flow Chart

Medios	INVERSIÓN
Medios principales	
Afiche	\$ 500
Banner	\$ 72
Medios secundarios	
Plegable	\$ 600
Pág. web	\$ 95,88
Medios auxiliares	
Fan page	\$ 30
Youtube	\$ 30
Subtotal	\$ 1327,88
Total producción	\$ 1400
Pautaje mas producción	\$ 2727,88
10% imprevistos	\$272,79
Total	\$3000,67

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

5.05 Presupuesto de Medios

5.05.01 Medios Principales

5.05.01.01 Afiche

Tamaño de 40cm x 60cm full color, papel couché de 150 gr.

Tabla 20: Presupuesto de Afiches

Unidades	Valor Unitario	Valor Total
1000	\$ 0,50	\$ 500

5.05.01.02 Banner

Tamaño 6m x 1, 20 m. lona impermeable para exteriores, impresión full color, con ojales.

Tabla 21: Presupuesto de Banner

Tamaño	Valor Metro cuadrado	Valor Total
6m x 1, 20 m	\$10	\$ 72

5.05.02 Medios Secundarios

5.05.02.01 Plegable:

Plegables (tríptico) tamaño 48cm x16cm. Impreso a full color tiro y retiro, en papel couché de 300 gr.

Tabla 22: Presupuesto de Plegable

Unidades	Valor Unitario	Valor Total
1000	\$0,60	\$ 600

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

5.05.02.02 Internet: Página web

Sitio web informativo vinculado a las redes sociales, 9 enlaces internos, construcción de banner, galerías interactivas, formulario de contactos.

Tabla 23: Presupuesto de Pág. Web

Hosting +Dominio	#Meses	Valor Total
\$7,99 mes	12	\$ 95,88

5.05.03 Medios Auxiliares

5.05.03.01 Internet: Redes Sociales (Fan page)

120 seguidores en 30 días

Inversión: 1 \$ presupuesto diario

Me gusta estimados diarios de 2 a 9

Tabla 24: Presupuesto de Redes Sociales (Fan page)

Inversión Diaria	# Días	Valor Total
\$1	30	\$ 30

5.05.03.02 Internet: Video en Youtube.

Interacción con la red social

Visualizaciones estimadas diarios de 3 a 5

Visualizaciones estimadas en 30 días 50

Tabla 25: Presupuesto de Redes Sociales (YouTube)

Inversión Diaria	# Días	Valor Total
\$1	30	\$ 30

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

CAPÍTULO VI

ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.01. Recursos

6.01.01. Técnico -Tecnológicos

Los recursos tecnológicos empleados en la realización del proyecto fueron de considerable importancia, en la elaboración de los artes propuestos en la Campaña Publicitaria.

Hardware

Computador MacBook Pro - En el que se realizó todo el trabajo escrito al igual que los artes del presente proyecto.

Cámara Canon T3i.- Se tomaron todas las fotografías con el equipo descrito

Software

Adobe Illustrator CC.- En este programa se realizó el diseño de los artes que están dirigidos a los Padres de Familia que no asisten de manera continua a la Institución así como parte de los artes que van dirigidos a los Padres de Familia que asisten de manera regular a la Institución.

Adobe Photoshop CC.- En este software se realizó el retoque de las fotografías tomadas en la Institución, así como también la finalización de detalles de los artes

6.01.02. Humanos

Para la realización del presente proyecto se contó con la colaboración del Instituto Tecnológico Superior Cordillera con el departamento de Vinculación con la

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

colectividad trabajando de manera directa con Ms. Norma López en coordinación con Ing. Raquel Andrade formando así un gran equipo de trabajo, el proyecto forma parte del programa de vinculación con la colectividad del instituto Cordillera, el Ing. David León fue el docente coordinador del programa, el autor del presente proyecto manejó la organización entre el departamento de vinculación y alumnos del instituto los cuales fueron piezas claves para recolectar información fotográfica de la comuna, adicional el autor coordinó las gestiones con el municipio de Quito asistiendo a todas las reuniones propuestas por ambas partes gestoras del proyecto.

El municipio de Quito es el organizador del VI Encuentro de Comunas y Comunidades ancestrales de Quito 2016, por ende todas las piezas gráficas fueron aprobadas antes de la impresión.

La comuna Sahuangal fue parte principal en el desarrollo del presente proyecto, el Sr. Eduardo Quito presidente de la comuna es el facilitador para que el proyecto pueda realizarse de manera exitosa, todas las visitas a la comuna fueron positivas y muy gratas por la acogida humana de la comuna.

6.01.03. Económico

El presente proyecto tiene dos gestores económicos el Instituto Tecnológico superior Cordillera por medio del departamento de Vinculación y el Municipio de Quito por parte de la Secretaria de Coordinación Territorial.

El departamento de vinculación del Instituto tecnológico superior cordillera fue el gestor del transporte alimentación y alojamiento del autor del proyecto, el municipio de Quito fue el patrocinador de las artes impresas: los afiches, los plegables, el

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

banner y organizador principal del VI encuentro de Comunas y Comunidades Ancestrales de Quito.

6.02. Presupuesto

6.02.01. Gastos Operativos

Tabla 26: Gastos Operativos

Detalle	V. Unit.	V.Total	Medio de Financiamiento
Internet	\$ 20,00	\$ 100,00	Propio
Impresiones	\$ 0,15	\$ 15,00	Propio
Copias	\$ 0,05	\$ 1,50	Propio
Alimentación	\$ 3,50	\$ 31,50	Instituto Cordillera
Transporte	\$ 2,00	\$ 40,00	Instituto Cordillera
Alojamiento	\$20,00	\$ 20,00	Instituto Cordillera
Empastado	\$ 30,00	\$ 30,00	Propio
Suministros	\$1,50	\$ 6,00	Propio
Imprevistos	\$ 5,00	\$ 30,00	Propio
Total	\$ 82,20	\$ 274	

6.02.02. Aplicación del Proyecto

El proyecto fue aplicado correctamente comprobado al 100%, las artes diseñadas se imprimieron y difundieron con ayuda del municipio de Quito y el departamento de Vinculación con la colectividad de Instituto Tecnológico Superior cordillera, es un proyecto realizado en su totalidad ya que forma parte de un convenio entre el

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

Municipio y el Instituto, el VI encuentro de Comunas y Comunidades Ancestrales tuvo el apoyo completo del autor del proyecto, los resultados alcanzados fueron exitosos cumpliendo con los objetivos publicitarios planteados, el encuentro tuvo una acogida enorme siendo mas de trecientas personas los participantes del evento, adicional el sitio web propuesto tiene características únicas y funcionales la comuna ya cuenta con un sitio en la web de esta manera ya no será un lugar escondido logrando posicionarse en la web.

Tabla27: Aplicación del proyecto

Detalle	V. Unit.	V.Total	Medio de Financiamiento
Afiches	\$ 0,50	\$ 500,00	Municipio de Quito
Banner	\$ 12,00	\$ 72,00	Municipio de Quito
Plegables	\$ 0,60	\$ 600,00	Municipio de Quito
Página web	\$ 7,99	\$ 95,88	Instituto Cordillera
Fan page	\$ 30,00	\$ 30,00	Propio
YouTube	\$30,00	\$ 30,00	Propio
Empaque CD	\$ 2,00	\$ 20,00	Propio
CD's impresos	\$1,50	\$ 10,50	Propio
Roll Up	\$ 50,00	\$ 50,00	Instituto Cordillera
Total	\$ 134,59	\$ 1408,38	

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

6.03 Cronograma de actividades

Tabla 28: Cronograma de Actividades

No.	Actividad	Responsable	Tiempo				Resultados Esperados
			Mes	Semana			
1	Antecedentes	Autor	Mayo			X	Obtener la información necesaria.
2	Análisis de Involucrados	Autor	Junio	X			Seleccionar con precisión las personas e instituciones involucradas en el proyecto.
3	Problemas y Objetivos	Autor	Junio		X		Identificar los problemas y objetivos con sus componentes
4	Análisis de Alternativas	Autor	Julio	X			Definir todas las alternativas que constan en el proyecto.
5	La Propuesta	Autor	Julio		X		Presentar la campaña publicitaria
6	Aspectos Administrativos	Autor	Septiembre			X	Especificar los recursos utilizados y el presupuesto
7	Conclusiones y Recomendaciones	Autor	Octubre			X	Determinar las conclusiones y recomendaciones del proyecto

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

CAPÍTULO VII

Conclusiones y Recomendaciones

7.01. Conclusiones

- La estrategia creativa bien aplicada da resultados positivos en la campaña publicitaria
- Los objetivos del proyecto fueron alcanzados y probados en su totalidad con resultados positivos.
- Se logra transmitir claramente el mensaje al grupo objetivo el encuentro superó todas las expectativas de asistencia.
- Por medio de las piezas gráficas se informó las actividades a realizarse, la historia del encuentro, la descripción de la comuna, y todo lo relacionado con el evento.
- El internet es un medio de difusión muy importante en la actualidad por ende el sitio web de Sahuangal es funcional.
- Sahuangal se posiciona en las redes sociales creando así mas interacción y cercanía con el grupo objetivo.

7.02. Recomendaciones

- Se recomienda administrar de manera correcta las redes sociales.
- Tener un control semanal con las visitas a las redes para dar continuidad a la campaña
- Las piezas gráficas se deben colocar de manera estratégica.

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

- Dar continuidad a la vinculación con la colectividad del Instituto y la Comuna.

7.03. Bibliografía

Manuel Morrison. (20 de marzo de 2012). Qué es Photoshop.

Blogger. (05 de 06 de 2011). Obtenido de DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE ADOBE FLASH CS4: <http://recursos-flash.blogspot.com/2011/06/definicion-y-caracteristicas-de-adobe.html>

wikipedia. (09 de 12 de 2015). Obtenido de Adobe Illustrator: https://es.wikipedia.org/wiki/Adobe_Illustrator

Vida, W. E. (2013). Website: Educación para la Vida. Obtenido de <http://edukavital.blogspot.com/2013/01/conceptos-y-definicion-depackaging.html.#sthash.ZmHZgwLF.dpuf>

Plan Nacional del Buen Vivir. (2013-2017). Plan Nacional del Buen Vivir.

Charles U. Larson, (1986, p. 200) Persuasión

<http://www.elcomercio.com/actualidad/pais-se-encamina-a-exportacion.html>.

<http://lametro.edu.ec/ejez/tarifario-sugerido-ecuador/>

<https://www.godaddy.com/es/hosting/web-hosting>

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”



“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”



“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

7.04.4 Diseño de Señalética para el VI Encuentro de Comunas y Comunidades Ancestrales de Quito 2016



7.04.5 Instalación de galería fotográfica en la comuna Sahuangal



“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

7.04.6 Aplicación de Campaña Publicitaria



“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”



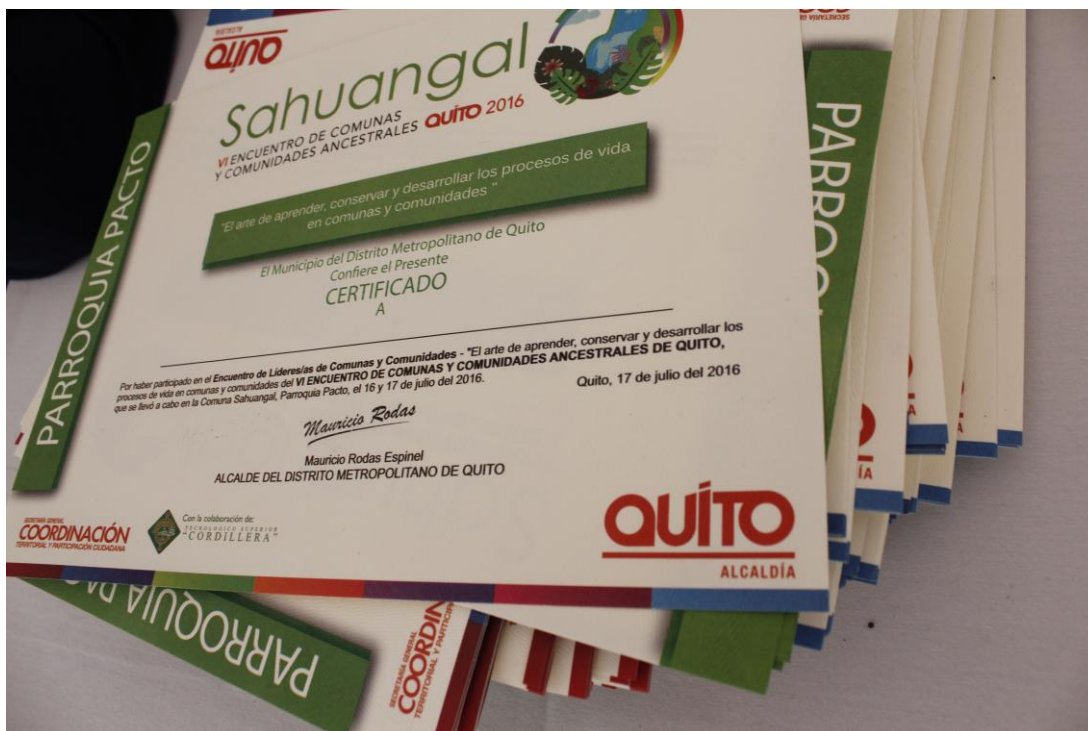
“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”



“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”



“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”



“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”



“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”



7.04.7 Actividades realizadas con el departamento de vinculación y el autor del proyecto

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

Actividad	Descripción
	Actividad: Reunión preparatoria Fecha: Sábado 09 de Abril del 2016 Lugar: Comuna Sahuangal Carrera: Diseño Gráfico 
	Actividad: Talleres de fotografía Fecha: Sábado 14 de Mayo del 2016 Lugar: Comuna Sahuangal Carrera: Diseño Gráfico 
	Actividad: Entrega de logotipo de la comuna Fecha: Sábado 14 de Mayo del 2016 Lugar: Comuna Sahuangal Carrera: Diseño Gráfico 
	Actividad: Taller para creación de isotipo para el encuentro de comunas y comunidades ancestrales Fecha: Sábado 14 de Mayo del 2016 Lugar: Comuna Sahuangal Carrera: Diseño Gráfico 

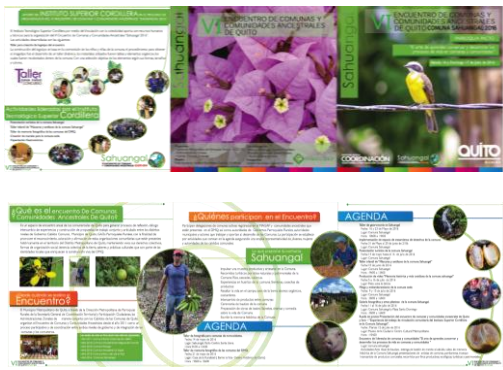
“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

	Actividad: Toma de Fotografías para elaborar informativo de rutas Fecha: Lunes 30 de Mayo del 2016 Lugar: Finca Salomé, Finca Zoley, Finca El Ceibo, Granja Quezada, Cascada Arcoíris Carrera: Diseño Gráfico  diseño gráfico Cordillera
	Actividad: Entrega de logotipo del VI Encuentro de comunas y comunidades ancestrales Fecha: Martes 15 de Junio del 2016 Lugar: Comuna Sahuangal Carrera: Diseño Gráfico  diseño gráfico Cordillera
	Actividad: Diseño de Mapa de Sahuangal Fecha: Lunes 20 de Junio del 2016 Lugar: Instituto Tecnológico Superior Cordillera Carrera: Diseño Gráfico  diseño gráfico Cordillera

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

	Actividad: Elaboración del escudo de Sahuangal Fecha: Sábado 25 de Junio del 2016 Lugar: Comuna Sahuangal Carrera: Diseño Gráfico 
	Actividad: Elaboración de guía de plantas endémicas y rutas turísticas de Sahuangal Fecha: Martes 28 de Junio del 2016 Lugar: Instituto Tecnológico Superior Cordillera Carrera: Diseño Gráfico 
	Actividad: Entrega de diseño de afiche para VI Encuentro de comunas y comunidades ancestrales Fecha: Viernes 1 de Julio del 2016 Lugar: Secretaría de coordinación territorial Carrera: Diseño Gráfico 

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

	Actividad: Entrega de diseño de plegable para VI Encuentro de comunas y comunidades ancestrales Fecha: Viernes 1 de Julio del 2016 Lugar: Secretaría de coordinación territorial Carrera: Diseño Gráfico 
	Actividad: Entrega de diseño de banner para VI Encuentro de comunas y comunidades ancestrales Fecha: Viernes 1 de Julio del 2016 Lugar: Secretaría de coordinación territorial Carrera: Diseño Gráfico 
	Actividad: Entrega de diseño de certificados para VI Encuentro de comunas y comunidades ancestrales Fecha: Viernes 1 de Julio del 2016 Lugar: Secretaría de coordinación territorial Carrera: Diseño Gráfico 

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

	
	Actividad: Entrega de diseño de gafetes para VI Encuentro de comunas y comunidades ancestrales Fecha: Viernes 1 de Julio del 2016 Lugar: Secretaría de coordinación territorial Carrera: Diseño Gráfico 
	Actividad: Entrega de diseño de señalética para VI Encuentro de comunas y comunidades ancestrales Fecha: Viernes 1 de Julio del 2016 Lugar: Secretaría de coordinación territorial Carrera: Diseño Gráfico 

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

	Actividad: Elaboración de murales representativos de la comuna Fecha: Domingo 10 de Julio y Lunes 11 de Julio del 2016 Lugar: Comuna Sahuangal Carrera: Diseño Gráfico 
 	Actividad: Entrega de guía de uso alternativo de plantas endémicas para VI Encuentro de comunas y comunidades ancestrales Fecha: Martes 12 de Julio del 2016 Lugar: Instituto Tecnológico Superior Cordillera Carrera: Diseño Gráfico  Actividad: Entrega de memoria fotográfica sobre el VI Encuentro de comunas y comunidades ancestrales Fecha: Martes 12 de Julio del 2016 Lugar: Instituto Tecnológico Superior Cordillera Carrera: Diseño Gráfico 

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”



Actividad: Instalación de galería fotográfica sobre Sahuangal

Fecha: Sábado 16 de Julio del 2016

Lugar: Comuna Sahuangal

Carrera: Diseño Gráfico



Actividad: Elaboración de recuerdos (semillas de corazón grabadas "Sahuangal")

Fecha: Sábado 17 de Julio del 2016

Lugar: Secretaría de coordinación territorial

Carrera: Diseño Gráfico



Actividad: Inscripción de cabildos el día del evento

Fecha: Sábado 16 de Julio del 2016

Lugar: Comuna Sahuangal

Carrera: Diseño Gráfico



“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”



Actividad: Toma de fotografías de las distintas rutas el día del encuentro

Fecha: Domingo 17 de Julio del 2016

Lugar: Comuna Sahuangal

Carrera: Diseño Gráfico



Actividad: Lanzamiento del evento

Rueda de Prensa

Fecha: : Martes 12 de Julio del 2016

Lugar: Museo de la Ciudad

Carrera: Diseño Gráfico



“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

7.04.8 Invitación al evento de reconocimiento al autor del proyecto por parte del municipio de Quito



7.04.9 Comunicado por parte de la Ing. Norma López con relación a la rueda de prensa.

COMUNICADO URG Buenas tardes

Informo que el día martes 12 de julio de 2016 está previsto una rueda de prensa, en la que el protagonista es nuestra institución evento de gran importancia y trascendencia en el que se informará a los medios de comunicación del Programa a llevarse a cabo: IV Encuentro de Comunas y Comunidades Ancestrales de Quito, "Sahuangal 2016", siendo que nuestra institución es el gestor único del Programa en formación técnica-profesional, en las que se ha trabajado con las carreras mencionadas en las áreas de formación respectivas.

Por esta razón comedidamente solicito a usted su autorización para que las personas asignadas en el correo asistir a la rueda de prensa el día martes 12 de julio de 2016. (Docentes, Directores de carreras y estudiantes asignados a la proyecto de Sahuangal).

La Rueda de prensa tiene el objetivo de informar a la comunidad e invitar a la ciudadanía al evento a efectuarse el 16 y 17 de julio de 2016 en agenda acordada en Sahuangal.

Fecha, Lugar y asistentes a la Rueda de Prensa:

Fecha: Martes 12 de julio de 2016

Lugar: Museo de la Ciudad

Hora de Ingreso: 08h00 para la coordinación del evento con medio de comunicación y autoridades

"Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito."

Hora real del evento: 10h00

Asistentes: Al evento asistirán los Directores de Carrera, delegación de estudiantes por carrera (se enviará el número de personas para la asistencia) y los estudiantes completos de las áreas trabajadas de la carrera de Diseño Gráfico, Turismo, Talento Infantil, Boticas y Farmacias.

Traje: Formal

Vamos a salir del Instituto en la movilización asignada por coordinación Administrativo, nadie en autos particulares "Todos vamos juntos y Volvemos juntos" para que no haya atrasos y evitar por menores

Total de personas: 60 personas, incluido los que intervenimos en la rueda de prensa

La Rueda de Prensa tiene 2 partes:

Objetivo de Rueda de Prensa: Presentación del Encuentro de Comunas y Comunidades Ancestrales de Quito

Primera Parte:

Registro de Asistencia y entrega de carpetas a medios de comunicación

Acto Formal de presentación de Encuentro de Comunas

-Palabras de bienvenida

-Presentación de Agenda del Encuentro de Comunas

-Intervención de Autoridades

Segunda Parte:

FORO:

Expositores:

Autoridad de Vicerrectorado: Dr. Joel Flores: La autoridad deberá hablar sobre el marco referencial de nuestro modelo educativo.

Docente: Mg. Patricia Manzano: Experiencia en trayectoria de trabajos comunitarios
Coordinadora de Vinculación: Norma López: Explicará el proceso para obtener resultados con la comunidad

2 Estudiantes: Emily Paulina Santacruz Benitez (Diseño Gráfico)

Daniel Ordoñez (Turismo y Hotelería)

Los estudiantes abordarán: Experiencias, procesos y productos del trabajo de Vinculación Comunitaria con la Comunidad de Sahuangal.

Miembro de la Comuna de Sahuangal sobre el aporte del trabajo de Vinculación Comunitaria de los estudiantes del ITSCO.

Exposición de los productos obtenidos de parte de la Comunidad de Sahuangal e ITSCO

Atentamente;

Norma López

"Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito."

7.04.10 Envío de requerimientos para elaborar artes por parte del municipio

Tal como acordamos le envió los textos y los artes como referencia del anterior Encuentro de Comunas, para la elaboración de las nuevas piezas comunicacionales para este año. Si es posible tener un primer borrador para el día miércoles que es la próxima reunión con ustedes sería excelente, de ésta manera avanzaríamos con la revisión y aprobación de los mismos por parte de la Secretaría de Comunicación.

Quedo al pendiente de cualquier duda.

Saludos,

Daniela Conrado R.

Comunicación

SECRETARÍA GENERAL DE COORDINACIÓN TERRITORIAL
Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

PBX: (+593 2) 3952300 ext: 15015

CEL: 0984612448

www.quito.gob.ec

**ENCUENTRO DE COMUNAS Y COMUNIDADES ANCESTRALES
"SAHGUANGAL 2016"**

**TEXTOS PARA EL DISEÑO DE PRODUCTOS
COMUNICACIONALES**

PRODUCTO 1:

Banner

Tamaño 6 x 1, 20 m. lona impermeable para exteriores, impresión full color, con ojales.

TEXTO:

**VI ENCUENTRO DE COMUNAS Y COMUNIDADES ANCESTRALES
DE QUITO**

COMUNA SAHUANGAL 2016

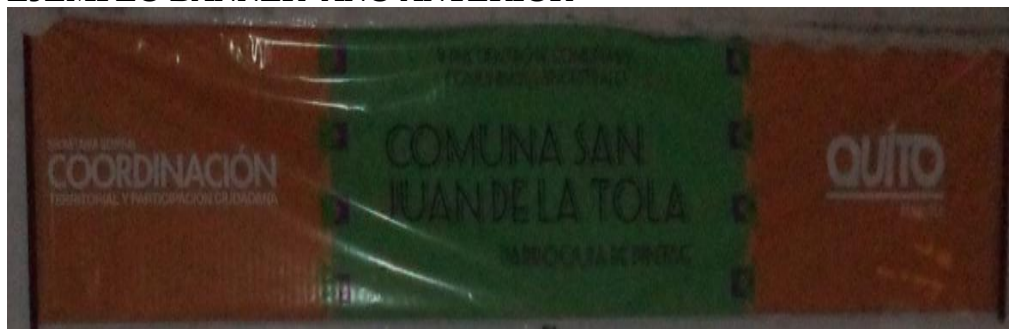
PARROQUIA PACTO

"Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito."

Encuentro de Líderes/as de Comunas y Comunidades

Ceremonias rituales, visitas a huertos, recorridos turísticos, intercambios de experiencias y vivencias, pambamesas, fogonazos y presentaciones artísticas comunales.

Sábado 16 y Domingo 17 de julio de 2016

EJEMPLO BANNER AÑO ANTERIOR**PRODUCTO 2
AFICHE**

Tamaño de 0,60 X 0,40, full color, papel couche de 150 gr.

TEXTO:

**VI ENCUESTRO DE COMUNAS Y COMUNIDADES
ANCESTRALES DE QUITO**

COMUNA SAHUANGAL 2016

PARROQUIA PACTO

Encuentro de Líderes/as de Comunas y Comunidades

El arte de aprender, conservar y desarrollar los procesos de vida en

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

Comunas y comunidades "

Sábado 16 de julio

18h00: El Fogonazo (comida y relatos de procesos de vida comunal)

19h00: Acto Cultural de Integración Comunal (Proyección de video, música y danza)

Domingo 17 de julio

07h30 : **Acto inaugural:** Bautizo de la Comuna Sahuangal y entrega de Bastón de Mando al Cabildo.

08h30 : **Actividades vivenciales en la Comuna:** Visita a huertos, unidades productivas, recorridos turístico e integración inter-comunas

12h00 : Conferencia "Noroccidente de Quito, una región con una visión sostenible"

14h30: Intercambio de productos y despedida



PRODUCTO 3

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

GAFETTE

Gafetes de Identificación full color, en papel couche de 300 gr, con cordón.

TEXTO

VI ENCUENTRO DE COMUNAS Y COMUNIDADES ANCESTRALES DE QUITO

COMUNA SAHUANGAL 2016

PARROQUIA PACTO

Encuentro de Líderes/as de Comunas y Comunidades

El arte de aprender, conservar y desarrollar los procesos de vida en comunas y comunidades "

Sábado 16 y Domingo 17 de julio de 2016



“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

PRODUCTO 4
Certificados

Certificados de asistencia full color, en cartulina A4.

TEXTO**VI ENCUENTRO DE COMUNAS Y COMUNIDADES ANCESTRALES DE QUITO****COMUNA SAHUANGAL 2016****PARROQUIA PACTO**

El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito

Confiere el Presente

CERTIFICADO

A _____
_____ Por haber participado en el **Encuentro de Líderes/as de Comunas y Comunidades - "El arte de aprender, conservar y desarrollar los procesos de vida en comunas y comunidades del VI ENCUENTRO DE COMUNAS Y COMUNIDADES ANCESTRALES DE QUITO**, que se llevó a cabo en la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto, el 16 y 17 de julio del 2016.

Quito, 17 de julio del 2016

Mauricio Rodas Espinel

ALCALDE DEL MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”



PRODUCTO 5

SEÑALÉTICAS

Señaléticas de 1 m. x 0.60, full color, en cartulina cintra de 3 mm, impreso texto y logo

TEXTO

VI ENCUENTRO DE COMUNAS Y COMUNIDADES ANCESTRALES DE QUITO

COMUNA SAHUANGAL 2016

PARROQUIA PACTO

RUEDA DE PRENSA

Los TEXTOS QUE IRAN EN CADA SEÑALETICA SON:

- Rueda de prensa
- Inscripciones - entrega materiales
- El Trueque - Intercambio de productos comunales
- Muestra cultural y productiva - Comuna Sahuangal
- Galería fotográfica, máscaras y antifaces - Comuna Sahuangal
- Entrega de refrigerios y almuerzos
- Dormitorios - Descanso Sagrado
- Vía a Comuna Sahuagal (3)
- SS.HH- Baterías Higiénicas
- RUTA 1: Finca Salome

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

- RUTA 2: cascada Arco Iris
- RUTA 3:
- RUTA4 :



PRODUCTO 6

PLEGABLE

Plegables (tríptico) tamaño 16x16cm. Impreso a full color tiro y retiro, en papel cuché de 300 gr.

VI ENCUENTRO DE COMUNAS Y COMUNIDADES ANCESTRALES DE QUITO

**"El arte de aprender, conservar y desarrollar los
procesos de vida en comunas y comunidades"**

COMUNA SAHUANGAL 2016

PARROQUIA PACTO

"Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito."

ENCUENTRO DE LÍDERES/AS DE COMUNAS Y COMUNIDADES

El arte de aprender, conservar y desarrollar los procesos de vida en comunas y comunidades "

Sábado 16 y Domingo 17 de julio de 2016

Organizan:

- Dirección Metropolitana de Parroquias Rurales – SGCTPC
- Administraciones Zonales
- Cabildo Comunal Sahuangal

Con el apoyo de:

Instituto Superior Cordillera

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Pacto

¿Qué es el Encuentro?

Es un espacio de encuentro anual de los comuneros/as de Quito para generar procesos de reflexión, diálogo intercambio de experiencias y construcción de **propuestas** de trabajo conjunto y articulado entre los distintos niveles de Gobierno: Cabildo Comunal, Municipio de Quito, GADs Parroquiales Rurales, con la finalidad de promover el reconocimiento, valoración y afirmación de estas organizaciones comunitarias que están presentes históricamente en el territorio del

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

Distrito Metropolitano de Quito, manteniendo vivos sus derechos colectivos, formas de organización social, tenencia colectiva de la tierra, saberes y prácticas culturales que son parte de las identidades locales que enriquecen la construcción viva del DMQ.

¿Desde cuándo se realiza el Encuentro?

El Municipio Metropolitano de Quito, a través de la Dirección Metropolitana de Parroquias Rurales de la Secretaría General de Coordinación Territorial y Participación Ciudadanas, las Administraciones Zonales de manera conjunta con los Cabildos de las Comunas de Quito organizan el Encuentro de Comunas y Comunidades Ancestrales desde el año 2011 como un proceso participativo y de coordinación entre ambos niveles de gobierno y de integración de las comunas y los comuneros.

Las sedes de este Encuentro han sido las siguientes;

- **Año 2011:** Comuna Santa Clara de San Millán.
- **Año 2012:** Comuna Ancestral San Miguel del Común
- **Año 2013:** Comuna Palugo
- **Año 2014:** Comuna Ancestral La Toglla.
- **Año 2015:** Comuna San Juan de la Tola
- **Año 2016 :** Comuna Sahuangal

¿Quiénes participan en el Encuentro?

Participan delegaciones de comunas activas registradas en el MAGAP y comunidades ancestrales que están presentes en el DMQ; así como, autoridades de Gobiernos Parroquiales Rurales, autoridades municipales y actores que trabajan y aportan al desarrollo de las Comunas. La participación se establece por actividades que constan en la agenda asegurando una amplia representatividad de jóvenes,

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

mujeres y autoridades de los cabildos comunales.

AGENDA

TALLER DE FOTOGRAFÍA PARA COMUNAS DE NOROCCIDENTE.

FECHA : 14 de mayo de 2016

LUGAR : Sahuangal, Pacto Centro, Santa Elena.

HORA : 9H30 a 13H00

TALLER DE MEMORIA FOTOGRÁFICA DE LAS COMUNAS DEL DMQ.

FECHA: 21 de mayo de 2016

LUGAR: Casa de la Ruralidad (Barrio la tola- centro histórico de Quito)

HORA : 9H00 a 15H00

TALLER DE GASTRONOMÍA EN SAHUANGAL

FECHA: 16 y 23 de mayo de 2016

LUGAR: Comuna Sahuangal

HORA : 10H00 a 14H00

IMPLEMENTACIÓN DE ESPACIO DE TRATAMIENTO DE

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”

DESECHOS DE LA COMUNA.

FECHA: 31 de mayo al 20 de junio de 2106

LUGAR: Comuna Sahuangal

POTENCIACIÓN TURÍSTICA DE LA COMUNA SAHUANGAL

FECHA: 14 de mayo hasta el 16 de julio de 2016

LUGAR: Comuna Sahuangal

TALLER INFANTIL DE "MÁSCARAS Y ANTIFACES DE LA COMUNA SAHUANGAL"

FECHA: 18 de junio de 2016

LUGAR: Comuna Sahuangal

HORA : 9H00 a 13H00

PRODUCCIÓN DE VIDEO "MEMORIA HISTÓRICA Y VIDA COTIDIANA DE LA COMUNA SAHUANGAL"

FECHA: 5 a 16 de julio de 2016

LUGAR: Patio Zona La Delicia

MINGA Y EMBANDERAMIENTO DE LA COMUNA SEDE

FECHA: 9 y 10 de julio de 2016

LUGAR: Comuna Sahuangal

HORA : 8H00 a 16H00

GALERÍA FOTOGRÁFICA Y ARTES PLÁSTICAS DE LA COMUNA SAHUANGAL.

"Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito."

FECHA: 11 al 16 de julio de 2016

LUGAR: Comuna Sahuangal y Plaza Santo Domingo

HORA : 8H00 a 16H00

.

RUEDA DE PRENSA: PRESENTACIÓN DEL ENCUENTRO DE COMUNAS Y COMUNIDADES ANCESTRALES DE QUITO Y FORO – “EXPERIENCIA DEL TRABAJO DE VINCULACIÓN COMUNITARIA DEL INSTITUTO SUPERIOR CORDILLERA EN LA COMUNA SAHUANGAL”.

FECHA : Martes 12 de julio de 2016

LUGAR: Museo de la Ciudad o Centro Cultural Metropolitano.

HORA : 10H00

ENCUENTRO DE LÍDERES/AS DE COMUNAS

"El arte de aprender, conservar y desarrollar los procesos de vida en comunas y comunidades ancestrales"

FECHA: Sábado 16 y domingo 17 de julio de 2016

LUGAR: Comuna Sahuangal.

ACTIVIDADES: Acto ritual de bautizo, entrega de Bastón de Mando al Cabildo, Video de Memoria Histórica de la Comuna Sahuangal, presentaciones de artistas de comunas, pambamesa, trueque – Intercambio de productos comunales, recorridos por finca productivas, ecológicas, turísticas y patrimoniales.

APORTE DEL INSTITUTO SUPERIOR CORDILLERA EN EL PROCESO DE ORGANIZACION DEL VI ENCUENTRO DE COMUNAS Y COMUNIDADES ANCESTRALES “SAHUANGAL 2016”.

“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”



“Creación de una Campaña Publicitaria para la identificación de saberes y expresiones culturales comunitarias y ancestrales de la Comuna Sahuangal, Parroquia Pacto en la Ciudad de Quito.”