

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES.
ESCUELA DE ARTES.**



TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

ELABORACIÓN DE PROPUESTA GRÁFICA APLICADO AL
EVENTO FESTIVO SAMPEDRANO, ENMARCANDO LA
PROPUESTA GRÁFICA EN UN MANUAL DE MARCA E
IMAGEN TURÍSTICA.

PRESENTADO POR:

Gómez Alvarado, Karla Leticia GA08037.
Moreno López, Oscar Alexander ML07029.

**INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN:
PARA OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIADOS EN ARTES
PLÁSTICAS / OPCIÓN DISEÑO GRÁFICO.**

LIC. RENÉ FRANCISCO JIMÉNEZ.
DOCENTE ASESOR

LICDA. LIGIA DEL ROSARIO MANZANO MARTÍNEZ.
COORDINADORA GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

15 DE JULIO, 2016
CIUDAD UNIVERSITARIA, SAN SALVADOR, EL SALVADOR.

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

Licenciado Luis Argueta Antillón.
RECTOR INTERINO

Maestro Roger Armando Arias.
VICE-RECTOR ACADÉMICO INTERINO

Ingeniero Carlos Armando Villalta.
VICE-RECTOR ADMINISTRATIVO INTERINO

Licenciada Nora Beatriz Meléndez.
FISCAL GENERAL INTERINA

Doctora Ana Leticia Zavaleta de Amaya.
SECRETARIA GENERAL INTERINA

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

Maestro José Vicente Cuchillas Melara.
DECANO

Maestro Edgar Nicolás Ayala.
VICEDECANO

Maestro Héctor Daniel Carballo Díaz.
SECRETARIO

AUTORIDADES DE LA ESCUELA DE ARTES

Maestra Xenia María Pérez Oliva.
DIRECTORA ESCUELA DE ARTES

Licenciada Ligia del Rosario Manzano Martínez.
COORDINADORA GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

Licenciado René Francisco Jiménez.
DOCENTE ASESOR

TRIBUNAL CALIFICADOR

Licenciado René Francisco Jiménez.

Licenciado Ever Odir Ramos Portillo.

Licenciado Álvaro Julio César Sermeño Arias.

Contenido

AGRADECIMIENTOS	v
INTRODUCCIÓN	vii
RESUMEN DE CONTENIDO	x
CAPITULO 1. MARCO TEÓRICO.....	13
1.1. Turismo en El Salvador	14
1.1.1. Política Nacional actual de turismo en El Salvador.	15
1.2. Los eventos sociales culturales como atractivos turísticos.....	18
1.2.1. Eventos sociales culturales de referencia.	21
1.3. La competitividad municipal por medio de la cultura.....	24
1.4. Análisis históricos de San Pedro Nonualco.	26
1.4.1. Aspecto económico: Principal actividad económica de los últimos dos años (2014-2015) en San Pedro Nonualco.	30
1.4.2. Análisis cultural contemporáneo de San Pedro Nonualco.....	32
1.4.3. Festividades de San Pedro Nonualco y sus elementos culturales.....	37
1.4.4. Atractivos turismos físicos en San Pedro Nonualco.	39
1.5. Comunicación visual y la importancia del área de diseño gráfico dentro de los eventos festivos.	42
1.5.1 Comunicación visual Paseo el Carmen.....	42
1.5.2 Comunicación visual San Vicente festival gastronómico.	43
1.5.3 La importancia del diseñador gráfico y la comunicación visual.	44
1.6. El comercio como la base histórica de los nuevos enfoques de emprendimiento. .	45
1.6.1. Visión emprendedora de la propuesta.....	46
CAPITULO 2: ANÁLISIS DE LOS DATOS.....	52
2.1. Noches Pachangueras Sampedranas: comunicación visual y las actividades culturales actuales del evento.	53
2.1.1. Necesidad de comunicación visual del municipio de San Pedro Nonualco.	53
2.1.2 Evento festivo Noches Pachangueras Sampedranas un proyecto nuevo con potencial turístico.	54
2.1.3. Análisis de encuestas.	61
2.2. Planificación de actividades y contenidos para el evento “Noches Pachangueras Sampedranas”	66

2.3. Construcción de la marca aplicada al evento festivo Noches Pachangueras Sampedranas.....	68
2.3.1 Desarrollo de guía de estrategias publicitarias para el lanzamiento de marca.	68
2.3.2 Catálogo de medios publicitarios.	83
2.3.3 Creación de la campaña aplicada al evento festivo Noches Sampedranas.....	85
CAPITULO 3: PRUEBA PILOTO	91
3.1. Aplicación de los aspectos gráficos en la prueba práctica del evento festivo Noches Sampedranas.....	91
3.1.1. Presupuesto para la realización de evento festivo Noches Sampedranas.....	92
3.1.2. La fan page como herramienta para posicionamiento de marca del evento festivo Noches Sampedranas, campaña de intensidad alta.....	96
3.1.3. Prueba práctica, día del evento festivo Noches Sampedranas.	99
.....	104
3.1.4. Validación prueba práctica.....	104
CAPITULO 4: COROLARIO	113
4.1. Conclusiones.	113
4.2. Recomendaciones.	114
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.	115
.....	117
ANEXO.....	117



AGRADECIMIENTOS

AGRADECIMIENTOS

Mira que te mando te esfuerces y seas valiente; no temas ni desmayes, porque Jehová tu Dios estará contigo en dondequiera que vayas. Josué 1:9

Doy gracias a Dios primeramente que ha sido mi columna principal en todo el proceso de mi carrera Universitaria, que me dio protección y salud hasta el final, a mis padres Ana Leticia de Gómez y Juan Carlos Gómez por ser mi guía y ejemplo a seguir para ser mejor en esta vida, a mis hermanos Gabriel, Noemí y Carlos Gómez y abuela Josefa Canessa que siempre están en cada momento para apoyándome.

A la Universidad de El Salvador y a la escuela de artes por su grupo académico que durante todos estos años con dedicación y amor ha sido parte de mi formación académica.

A mi novio, mejor amigo y compañero de proceso de grado, por estar a mi lado apoyándome con paciencia en todo este proceso y tener la dicha de terminarla junto a él.

Al señor Alcalde de San Pedro Nonualco José Alfredo Hernández Romero y al concejo municipal por permitir realizar este proyecto en su municipalidad y por brindarnos toda la ayuda para culminar con éxito nuestro proyecto.

Karla Leticia Gómez Alvarado.

Detrás de este proyecto esta Dios quien permitió y facilito que un gran número de personas brindaron su apoyo, por eso le agradezco a Dios en primer lugar, a mi madre Carmen Elena López de Moreno, a mi padre José Luis Moreno Rubio, a mis hermanos Luis y Miguel, a ellos gracias por el sacrificio y aporte en cada etapa de mi formación profesional.

Las instituciones educativas son las mejores herramientas para el desarrollo de la sociedad es así como dentro de la escuela de artes encontré una educación de calidad y agradezco el aporte que como institución me brindaron, pero especialmente agradezco a cada docente que contribuyo a mi formación profesional y al desarrollo de este proyecto.

El Alcalde de San Pedro Nonualco José Alfredo Hernández Romero y el concejo municipal dieron total apoyo al proyecto lo que permitió desarrollar lo de la mejor manera y alcanzar las metas planteadas en beneficio de la alcaldía.

De igual manera a mis mejores amigos agradezco su aporte a este proyecto.

Dios pone a tu lado a la persona indicada para el desarrollo de tu vida en los aspectos profesionales y personales con base en esto agradezco a mi compañera de grupo, amiga y novia Karla Leticia Gómez Alvarado por poner todo su esfuerzo y dedicación para el desarrollo del proyecto, por luchar juntos para finiquitar este proceso educativo universitario.

Oscar Alexander Moreno López.

INTRODUCCIÓN

Los eventos sociales culturales en El Salvador se han convertido en una herramienta recurrente para atraer turistas, además es una forma de dinamizar la economía e impulsar rasgos identitarios propios de cada zona, dentro de un evento de este tipo se pueden destacar la contemplación de edificios históricos, la apreciación de la danza y de la música, la gastronomía típica, la apreciación de la actividad artística y de los saberes y que haceres propios de cada municipio.

Por el impacto positivo que tiene en la economía de los emprendedores y microempresarios de cada zona, se vuelve fundamental la creación de una marca publicitaria aplicada a este tipo de evento y con estrategias de comunicación viable.

Este esfuerzo académico-creativo fue bien recibido por parte del señor alcalde José Alfredo Hernández y el consejo municipal de San Pedro Nonualco, el proyecto denominado “el proyecto de elaboración de propuesta gráfica aplicado al evento festivo Noches Sampedrano, enmarcando la propuesta gráfica en un manual de marca e imagen turística del municipio de San Pedro Nonualco del departamento de la paz” a través de varias etapas dentro de las cuales está la verificación de una necesidad real dentro del municipio a intervenir, se realizó toda una etapa de entrevistas para conocer el punto de vista de los diferentes sectores de la sociedad sobre el evento festivo Noches Sampedranas (antes llamados Noches Pachangueras Sampedranas), el reconocimiento del evento desde sus orígenes hasta conocer lo que es actualmente, la etapa de conceptualización y construcción de la imagen para el evento esta etapa permite promover el trabajo creativo y las capacidades profesionales del equipo de trabajo, el compromiso por parte de la alcaldía para con el proyecto se reflejó en la aprobación de los aspectos publicitarios, presupuestos y las actividades propuestas para el evento que se desarrolló como prueba piloto.

El documento es un aporte a los encargados de redes sociales de las alcaldías que buscan implementar estrategias de publicidad con base a medios de

comunicación alternativos como las mismas redes sociales, pero también es un reconocimiento al trabajo profesional de los diseñadores gráficos, se retoma el trabajo creativo del diseñador como un emprendimiento, es decir que la propuesta presentada se puede considerar una idea de emprendimiento con base en que se puede reproducir la misma idea en otro municipio que promueve eventos festivos.

En el proyecto se utiliza método de investigación-acción participativa ya que va orientado a la validación de una necesidad, construcción de un conocimiento que servirá como solución y que se deberá someter a una prueba práctica para el reconocimiento del aporte del proyecto, siguiendo una investigación cualitativa y cuantitativa de resultados y un análisis de datos consultados a informadores claves. Además de un muestreo o sondeo a la población de la zona del casco urbano del municipio, para atacar el problema de forma directa y en el ámbito en el que se desarrollará, en este caso un evento festivo para impulsar es aspecto económico del municipio de San Pedro Nonualco.

Durante el desarrollo del proyecto se dieron limitantes como la falta de organización de los emprendedores y microempresarios del municipio, este es el público beneficiado con la propuesta pero no se encontraba definido como un sector social fuerte en el municipio por esto se propuso que se organizarán como comité de turismo del municipio, la falta de coordinación entre el equipo de trabajo y los encargados de dar seguimiento a la propuesta retraso la puesta en marcha de la campaña publicitaria del evento y la no realización del evento festivo Noches Sampedranas durante los meses de enero, febrero y marzo por actividades festivas demoro la realización de la prueba piloto durante esos meses.

Finalmente se culmina el trabajo realizando el manual de imagen que servirá para seguir ejecutando publicidad al evento festivo Noches Sampedranas por un máximo de dos meses más, el manual será una herramienta que contiene recomendaciones sobre estrategias de publicidad y plantillas de artes que pueden seguirse empleando por parte de los encargados de redes sociales de la

municipalidad, pero también que dicha imagen pueda ser utilizado para promover los aspectos turísticos físicos del municipio.

El proyecto buscará que los emprendedores y microempresarios asociados dentro del recién creado comité de turismo se empoderen del proyecto y busquen dar sus aportes para el mejoramiento del evento festivo.

RESUMEN DE CONTENIDO.

Para sentar los alcances de la investigación se delimitó:

Objetivo General el cual es: Elaborar una propuesta gráfica publicitaria para promocionar eventos sociales culturales, aplicándolo al evento “Noches Pachangueras Sampedranas” llamado hoy Noches Sampedranas del municipio de San Pedro Nonualco del departamento de la paz.

Pero también como Objetivos Específicos, se consideró: Hacer un estudio sobre la situación actual del evento festivo Noches Sampedranas, en cuanto a estrategias de difusión del mismo, aspectos gráficos y de organización.

Crear una identidad gráfica y una estrategia publicitaria, para finalmente desarrollar la prueba piloto.

Analizar la factibilidad de la creación de material gráfico y estrategias publicitarias para la aplicación en diferentes eventos festivos, para saber si la creación de estas herramientas publicitarias puede servir para plantear un emprendimiento.

Para alcanzar estos objetivos se tuvo que preguntar entonces como formulación del problema: ¿Puede la creación de una imagen y de estrategias publicitarias aplicadas a los eventos festivos, servir como proyección a estos y a su vez ser una oportunidad de emprendimiento para los diseñadores gráficos?

También se analizó la situación de la problemática: En este caso existen aspectos poco viables para la atracción de los turistas al evento festivo Noches Sampedranas, esto implica la falta de material gráfico (letreros, afiches informativos, señalética), ausencia de actividades culturales que oriente la atención de los turistas al mismo evento y falta de inversión en aspectos publicitarios.

La metodología de investigación: la principal metodología que se utilizó en el proyecto fue la investigación-acción participativa ya que va orientado a la validación de una necesidad, construcción de un conocimiento que servirá como solución y que se deberá someter a una prueba práctica para el reconocimiento del aporte del proyecto, siguiendo una investigación apoyado en herramientas cualitativas-cuantitativas de resultados y un análisis de datos consultados a

informadores claves. Además de un muestreo aleatorio de población para atacar el problema de forma directa y en el ámbito en el que se desarrollará, en este caso un evento turístico para impulsar es aspecto económico del municipio de San Pedro Nonualco.

Entre los resultados más importantes tenemos: La elaboración de manual de marca aplicado al evento festivo Noches Sampedranas, con su respectiva estrategia publicitaria.

Consolidación de comité de turismo del municipio, Participación y patrocinio de las instituciones privadas San Pedro Nonualco en el desarrollo del evento.

El desarrollo y organización de la prueba piloto en la cual se establecieron parámetros importantes a tomar en cuenta en la validación de la propuesta. Para finalizar como conclusión general se plantea: Se pudo constatar que el diseño de este tipo de manual de marca y la implementación de una estrategia publicitaria es un buen apoyo para el desarrollo y difusión de los eventos festivos, pero también son un elemento fundamental para el posicionamiento turística y cultural de un municipio, para finalizar es importante como este tipo de proyectos puede verse como un emprendimiento, porque se tiene una necesidad por parte de las alcaldías donde se necesita mucho de las capacidades y servicios de los diseñadores gráficos.



CAPITULO 1.

MARCO TEÓRICO

CAPITULO 1. MARCO TEÓRICO

En este capítulo se presenta una introducción a lo que fue el turismo desde 1930 y todo el recorrido histórico del mismo hasta aterrizar en el plan actual de turismo para El Salvador y las estrategias más sobresalientes que se desarrollan como los Pueblos Vivos Circuitur que se lanzó en abril de 2016.

Se establecen los fundamentos de la política nacional de turismo que van enfocados en utilizar el turismo como una herramienta para mejorar el nivel de vida de las personas, rescatar los aspectos identitarios de cada zona geográfica del país y promover la competitividad entre municipios.

En cuanto al rescate de los aspectos de identidad, los eventos sociales culturales son la plataforma ideal para mostrar y mantener vivos los atractivos turísticos distintivos de una zona, además permite la participación de los diferentes sectores sociales que componen los municipios.

En términos de referentes de eventos sociales culturales se retoman a los desarrollados en Paseo el Carmen en Santa Tecla y el festival Gastronómico de San Vicente, ambos son reconocidos a nivel internacional.

Se aborda el aspecto de competitividad municipal con respecto a lo planteado por USAID en el plan de competitividad municipal de San Salvador, con el fin de comprender el alcance del término y aplicarlo en el proyecto propuesto.

Se analizará el Municipio de San Pedro Nonualco, en aspectos históricos, económicos, culturales y turísticos, de modo que se tenga un panorama amplio del objeto de estudio, conocer estos aspectos permitirá abordar el potencial del evento festivo y reorientarlo con estrategias de comunicación visual.

Estudiando el aporte que ha generado la comunicación visual se podrá determinar la importancia de esta herramienta en los diferentes municipios o eventos que se mencionan serán de referencia para el proyecto.

Se remarca la importancia del trabajo del diseñador gráfico dentro de la comunicación visual, pues este es el encargado de tomar la información y

conceptualizar para transmitir un mensaje adecuado y que logre tener el impacto que el posible cliente desea.

Un elemento importante que se abordará es del proyecto como un emprendimiento, por eso es importante definir el concepto y establecer la importancia que tiene actualmente este tipo de iniciativas para instituciones como CONAMYPE.

Dentro de la propuesta de emprendimiento se abarcarán elementos como Lean Canvas, que es una herramienta que proporciona a emprendedores una sistematización y control del proyecto a manera de resumen en una sola página, lo que permite poder estructurar las ideas más importantes a destacar dentro de una idea de negocio.

1.1. Turismo en El Salvador.

En El Salvador fue hasta el año 1930 que se vio la necesidad de crear la Junta Nacional de Turismo la cual pretendía ser un esfuerzo coordinado con los gobiernos rurales del momento, conforme va tomando importancia el turismo a nivel mundial se van desarrollando mejoras en el país a nivel institucional para potenciar el turismo nacional, es así como en 1945 se crean las Juntas de Progreso y turismo, junto a estas juntas nace la oficina llamada Sección de Turismo la cual pretende mantener un control sobre los elementos turísticos del país (Beltrán, Guzmán, Oliva, 2007) .

Habiendo establecido lo que podía considerar un orden dentro del tema turístico por parte de las autoridades gobernantes del momento, se inició en 1948 la construcción de una serie de turicentros dentro del territorio salvadoreño, estos atractivos turísticos estaban pensados en función del sano esparcimiento de los salvadoreños. Durante estas primeras etapas del turismo en El Salvador todo era pensado para un turismo interno fue hasta después de creado el Instituto Salvadoreño de Turismo en 1961 que se germinó el potencial turístico para atraer personas de fuera del país. El apogeo del turismo se da a partir del año 1970 cuando se da la construcción en el país de Hoteles gestionados por la empresa privada, posterior a esto se visualiza el turismo como una actividad económica

de gran potencial al momento de generar divisas para el país, para 1973 se registró un crecimiento en el número de turistas extranjeros de 35% con respecto a años anteriores y entre 1975 y 1978 se alcanzó lo que era para ese tiempo la cifra récord de 293,000 turistas extranjeros. El concurso de Miss Universo que se realizó en el país en 1975 sirvió como plataforma para presentar las propuestas turísticas de El Salvador al mundo, Los Chorros y la Puerta del Diablo estuvieron dentro de los atractivos turísticos que se expusieron y que sirvieron como locaciones para el evento. Posterior al evento en 1977 y 1978 los gobiernos junto a la empresa privada definieron una estrategia para posicionar a El Salvador como opción turística a nivel internacional más específicamente en el mercado de Estados Unidos, la estrategia se enfocó en destacar al país como un atractivo de sol, arena y playa (Beltrán et al., 2007).

La construcción del Aeropuerto Internacional de Comalapa, el desarrollo de la zona costera con hoteles y mejora en las carreteras que servían de acceso, estos fueron los años dorados en turismo antes de los inicios de lo que sería el conflicto armado en el país en 1979, ya para el año de 1980 se redujo en gran manera el movimiento turístico, El Salvador declarado en ese momento país de alto riesgo para los turistas. Cinco años después de la firma de los acuerdos de paz se crea la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) 1997, desde ese momento el turismo se renovó en el país, los esfuerzos han ido mejorando y la diversidad turística ha crecido. Para el año 2004 se consolida el Ministerio de Turismo (MITUR) y asume la responsabilidad de las otras instituciones encargadas de turismo, de esta manera se reconoce la importancia del turismo al ser una fuente generadora de empleo y generador de desarrollo local (Beltrán et al, 2007).

1.1.1. Política Nacional actual de turismo en El Salvador.

Para el año 2014 el documento de política nacional de turismo de la República de El Salvador plantea la visión a nivel general para alcanzar en el 2020:

“En el año 2020, la actividad turística en El Salvador se habrá consolidado como un eje prioritario del desarrollo económico del país e instrumento

indispensable para el bienestar social de toda la población salvadoreña, de la puesta en valor y conservación de los recursos, así como para la competitividad de la economía y el empleo, considerando especialmente las necesidades de las personas más desfavorecidas” (P.10).

Es importante remarcar que como institución se le da énfasis dentro de la visión a la parte de promoción turística del país, pues en el documento se plantea “El posicionamiento de nuestro destino turístico en el mercado; es decir, cómo deseamos que El Salvador en cuanto a destino turístico, sea percibido, comprendido, caracterizado y, en todo lo posible, deseado” (P.8).

El MITUR el 25 de abril de 2016 lanza el plan estratégico de promoción turística denominado “Plan de eventos internacionales II semestre 2016”, el ministro de turismo y presidente de CORSATUR, Lic. José Napoleón Duarte Durán presentó dicho plan a aproximadamente a 30 empresarios del rubro turístico que contempla actividades a realizarse durante el segundo semestre de 2016, los empresarios podrán aplicar para participar en estas actividades que serán 3 Ruedas de Negocios a desarrollarse en Chile, Perú y Londres; así como 2 Caravanas Turísticas, previstas en la zona Este y Oeste de los Estados Unidos. La primera rueda de negocios se desarrollará el próximo 26 de mayo en Chile. Para noviembre se tiene previsto realizar la actividad en Perú y Londres, Asimismo se participará en 9 Ferias de Turismo, dos de ellas estarán enfocadas en el mercado de Reuniones, Incentivos, Congresos y Eventos (MICE, por sus siglas en inglés), el resto para ocio en la que los empresarios tendrán la oportunidad para proyectarse a nuevos mercados y establecer contactos con nuevos mayoristas y agencias de viajes internacionales. (Ministerio de Turismo, 2016).

Es de esta manera que se impulsa el turismo como política de estado, se organizan campañas publicitarias enfocada en fortalecer la imagen turística del país, los esfuerzos institucionales son funcionales y atraen una gran cantidad de turistas extranjeros al país, en el 2015 se registró 1, 972,854 visitantes internacionales lo que significa un incremento del 4.6% comparado con el año 2014, generando una

entrada económica al país de \$1,107.43 al sector turismo, las personas del país están contribuyendo en gran manera a facilitar la convivencia con los visitantes (Ministerio de Turismo, 2016).

Dentro de la política nacional también se contemplan planes de acción encaminados al fortalecimiento turístico en base a la organización de varios municipios que se conocen como circuitos multidestinos, donde se busca que las municipalidades en conjunto desarrollen paquetes turísticos (Ministerio de Turismo, 2016).

“De acuerdo a las bases de participación, los municipios deberán cumplir una serie de requisitos, entre ellos estar organizados en circuitos, con un mínimo de 3 y un máximo de 5 municipios localizados geográficamente en la misma zona (occidental, central, paracentral y oriental); definir la categoría y oferta de participación; presentar ficha de confirmación, conteniendo compromiso del alcalde o alcaldesa o Presidente del Comité de Desarrollo Turístico (CDT), manifestando la disponibilidad de trabajar en equipo con los demás miembros del circuito”.

Este modelo turístico se considera un éxito de desarrollo económico local, “Desde 2014-2015 se impulsó el proyecto de City Tours movilizándolo a los 14,120 salvadoreños de forma gratuita hacia los destinos, a fin de contribuir a la promoción del destino y la reactivación económica.

Se han brindado 4,449 asistencias técnicas, beneficiando a 32,807 actores turísticos que forman parte de los Comités de Desarrollo Turísticos de los municipios.

Se han impulsado 30 proyectos de infraestructura turística y mejoramiento de imagen de los municipios. Entre ellos, la plaza urbanística de Salcoatitán, el mirador Cumbres de la Cruz, en La Palma-Chalatenango, Mejoramiento del Muelle Artesanal en el Puerto de La Libertad, mejoramiento de la imagen turística Cerro de Las Pavas” (Ministerio de Turismo, 2016).

Se busca por parte de las instituciones de turismo del país fundamentar toda acción en base a valores y principios planteados en el documento de política nacional de turismo de la República de El Salvador de los cuales destacamos:

- *El turismo como instrumento para la mejora del nivel, calidad de vida y bienestar de la población salvadoreña.* En el marco de un país que debe caminar de manera firme por la mejora sustancial de las condiciones de vida de su población, acercándola a los niveles de desarrollo de los países turísticos más avanzados (P.14).
- *Defensa de la identidad y la cultura salvadoreña.* El Plan se convierte en un instrumento útil que expresa y define el compromiso en la defensa, puesta en valor y promoción de la riqueza cultural y étnica del país (P.15).
- *Aportación y estímulo de la competitividad nacional.* favoreciendo así la integración de la actividad turística en el conjunto de la economía nacional (P.16).

Estos últimos puntos serán retomados y analizados desde la perspectiva de los eventos sociales culturales, como apoyo al aspecto de identidad cultural y como estímulo a la competitividad a nivel de municipio.

1.2. Los eventos sociales culturales como atractivos turísticos.

Junto con la creciente actividad turística en el país, se ha aumentado la necesidad de vincular los elementos turísticos físicos con las actividades culturales y artísticas propias de una región a través de eventos festivos, en El Salvador se busca la manera más creativa de mantener y potenciar los aspectos de diferenciación cultural de cada zona, desarrollando eventos sociales culturales que permiten dinamizar la economía local mediante la interacción entre la población lugareña y los visitantes.

En este sentido se busca la participación de los actores sociales de una determinada zona para la creación de nuevas experiencias culturales, más profundas y con un carácter estético y emocional propio.

Es importante destacar que los eventos culturales según Morais, Bezena, Feneira, (2013):

“puede ser visto bajo dos ópticas: la económica y la social. Económica porque se constituye como uno de los principales recursos generadores de divisas. Social porque representa una importante herramienta para el desarrollo de localidades fomentando la educación y la valoración de la identidad cultural” (P. 135).

Desde el punto de vista económico se ve como el turismo a través de los recursos culturales potencia las actividades económicas de una determinada región.

En los años recientes los turistas pusieron su mirada sobre los aspectos culturales dando origen a nuevas formas de turismos que se transforman al mismo tiempo en una nueva oferta de servicios que están ligadas a las motivaciones de cada individuo, Morais et al. (2013). proponen un motivo muy general el cual dice que:

La rapidez de los cambios no se puede negar que trajo un sentimiento de pérdida del sentido del pasado, de desarraigo y olvido fácil, creando la necesidad en los individuos y las colectividades de retomar su pasado en busca de elementos que permitan recomponer su identidad (P. 133).

Para poder entender la importancia de los eventos desde la perspectiva social Marujo (2013), nos dice que:

“A través de los eventos culturales (fiestas, festivales u otras manifestaciones culturales) la cultura local consigue resistir a la cultura mundializada. O sea que la preservación y difusión de las singularidades de una región o localidad suelen ser divulgadas a través de eventos culturales (fiestas religiosas, fiestas populares, festivales folclóricos, etc.) que surgen para mejorar la imagen de las ciudades y para que los ciudadanos recuperen el orgullo por su ciudad” (P. 41)

Las actividades culturales por tanto reflejarán la forma de vida, de trabajar y de divertirse de los individuos, lo que refleja el sentimiento de pertenencia hacia un determinado territorio.

Fortalecer la identidad cultural de los habitantes de una determinada zona mediante el desarrollo de un evento en vivo puede ser un factor clave para atraer turistas, pues en los últimos años se ha observado como el mercado turístico está demandando nuevas alternativas, alternativas apegadas a los aspectos culturales.

Los eventos permiten incluir los elementos de identidad cultural dentro de un mismo espacio logrando generar actividades que se traducen en empleo para las personas residentes en el lugar y para los gobiernos de las zonas permite generar competitividad, además se da paso a la conservación y mantenimiento de los elementos culturales, se observan varios elementos que favorecen el modo de vida de las personas relacionada con los eventos culturales.

Es importante definir los principales elementos o actividades culturales que se pueden incluir dentro de un evento por tanto Morais et al. (2013), menciona que los elementos culturales “consisten en la visita y/o contemplación de monumentos y edificios históricos, la apreciación de la danza, música, artesanías, gastronomía, saberes y haceres que caracterizan los hábitos y costumbres de una localidad” (P. 134).

Por ultimo vemos una visión del turismo cultural según Sebrae (2012):

“El turismo cultural ha conquistado cada vez más representatividad y es desarrollado no sólo como algo volcado a la contemplación del patrimonio histórico y cultural, sino que también lleva a cabo acciones de preservación y rescate, permitiendo el desarrollo humano, social y económico, característicos de la actividad turística. Así, en la óptica de la competitividad, una vez valorizado, reconocido y preservado, el patrimonio puede establecerse como atractivo turístico y generar flujo de visitantes hacia el destino” (P. 140).

En el país existen casos de éxito de eventos sociales culturales y que se convierten en el referente del proyecto que se busca implementar en San Pedro Nonualco.

1.2.1. Eventos sociales culturales de referencia.

1.2.1.1. Paseo el Carmen Santa Tecla.

La alcaldía municipal de Santa Tecla tiene proyectos que buscan impulsar la cultura, dentro de los principales entes que buscan potenciar las artes está el palacio teceleño que brinda espacios para exposiciones y cuenta con talleres de pintura, dibujo, teatro, etc.

Junto al palacio teceleño surge el paseo el Carmen cuyo objetivo era poner en marcha una reforma urbanística que permitió transformar el centro histórico de la ciudad en una zona de gran atractivo turístico, proponiendo el lugar como una plataforma para exponer a los artistas teceleños (Villeda, 2012, p. 28).

Todo el proyecto estuvo conformado por la cooperación internacional, la empresa privada y la ciudadanía que ponen en marcha este innovador proyecto, que transformó el rostro del Centro Histórico y del municipio de Santa Tecla.



1.2:1 Paseo el Carmen, 2016, fuente: Sta. Tecla Través

A la fecha el Gobierno Local ha inaugurado un total de 5 etapas del Paseo El Carmen, con este proyecto pionero a nivel nacional también se ha buscado promover a las y los emprendedores locales y con ello el Desarrollo Económico del municipio.

El espacio permite, además, el montaje de actividades gastronómicas, de artesanías y exposiciones de artistas locales y nacionales, por

medio de los Festivales de Puertas Abiertas, realizados todos los fines de semana.

El Paseo El Carmen incluye entre sus beneficios la generación de identidad cultural entre la población, que se ha apropiado del espacio, que hoy en día es uno de los más visitados logrando cifras de hasta 200,00 visitantes en el mes de diciembre del año 2011 según informaron autoridades municipales.

1.2.1.2. Festival gastronómico de San Vicente.

En la actualidad en la ciudad de San Vicente realiza una actividad en el parque central el cual se lleva acabo cada último sábado del mes con el fin de ser un evento atractivamente turismo para las personas del interior y exterior del país, es así como uno de los organizadores Aníbal Martínez menciona que el evento tiene aproximadamente 15 años de realizarse dicho evento y cuenta con el apoyo de la empresa privada y de sectores culturales artísticos del municipio.



1.2.1:1 Torre de San Vicente, 2015, fotografía por: Karla Gómez. Fuente: Grupo de trabajo.

Este festival gastronómico se realiza en horario de 12:00 md hasta las 10:00 pm. En dicho evento se da a conocer puede dar a conocer la cultura y al mismo tiempo

impulsar la economía del municipio y su gastronomía. Como por ejemplo se puede degustar, comida extranjera así como también la favorita de los turistas y



1.2.1:2 Festival Gastronómico San Vicente, 2015, Fotografía por Oscar Moreno, Fuente por: Fuente: Grupo de trabajo.

de los lugareños que es la comida exótica como cusuco asado, peli buey, conejo, garrobo asado etc.

En el evento se tiene espacios para la familia pues la misma municipalidad pone a disposición inflables para los niños para que ellos también puedan divertirse jugando.



1.2.1:3 Festival Gastronómico San Vicente, 2015, Fotografía por Karla Gómez, Fuente por: Grupo de trabajo.



Los vicentinos también son emprendedores y tiene una variedad de artesanías, venta de vinos, jaleas, sorbete, ropa y zapatos donde los visitantes pueden obtener variedad de artículos, se tiene un estimado de 25 a 30 vendedores de comida y entre 15 a 20 emprendedores y artesanos por evento.



1.2.1:4 Festival Gastronómico San Vicente, 2015, Fotografía por Oscar Moreno, Fuente: Grupo de trabajo.



Para el organizador (Martínez, 2015) es importante reunirse periódicamente con los que participan dentro del evento para dar a conocer las próximas actividades y recibir retroalimentación de los eventos pasados.

El evento está enfocado mayor mente en la población vicentina, pero en algunos eventos se logra llevar buses con turistas de municipios aledaños o de extranjeros, mediante la gestión del encargado del comité de turismo Alex Sánchez.

Si bien la alcaldía y la empresa privada se encargan del montaje del evento, los empresarios y emprendedores pagan una cuota que al final se convierte en un pequeño colchón monetario por gastos imprevistos que puedan salir (Martínez, 2015)

El evento gastronómico de San Vicente ya tiene un gran posicionamiento por su larga trayectoria de existencia y es un referente a nivel nacional de eventos sociales culturales lo que le permite al municipio contar con una opción adicional de turismo que al mismo tiempo se traduce en una opción adicional de competitividad.

1.3. La competitividad municipal por medio de la cultura.

Con la competitividad municipal por medio de la cultura pretende impulsar los niveles de desarrollo económico, fomentar y fortalecer el espíritu de negocio de las mujeres y de los hombres de una determinada sociedad, con la finalidad de generar empleos, facilitando con ellos el avance de los municipios a nivel económico y social.

Para comprender el grado de importancia que tiene hoy en día la competitividad municipal vemos como instituciones como USAID están apoyando a las municipalidades para el desarrollo de estrategias municipales apegadas al concepto de competitividad en este sentido Triguero, (2012) especifica las acciones que se desarrollan junto a la municipalidad.

“USAID desarrollará programas de capacitación y asistencia técnica especializados para mejorar la competitividad municipal; asimismo, apoyará el crecimiento de los sectores productivos a través de capacitación y asistencia técnica para el desarrollo de capacidades empresariales y de la fuerza laboral, asociatividad de empresarios, el fortalecimiento de redes de mujeres de negocios, el desarrollo de un

concurso de planes de negocios, ferias de promoción de inversiones, productos y empleos, entre otros” (P. 11).

Es importante destacar que el término tiene un significado totalmente ligado al aspecto empresarial pero como se menciona en el apartado anterior vemos como la competitividad puede llegar a ser un aspecto fundamental para el crecimiento sostenible del municipio pues como nos menciona Triguero, (2012):

“Municipios competitivos son aquellos que tienen la capacidad de transformarse, de aprovechar sus ventajas comparativas y construir modelos de gestión competitivos a partir de los recursos disponibles, tanto humanos como materiales, técnicos, financieros y territoriales, apostando a una mejora continua que les permita crecer y adquirir las capacidades necesarias para incrementar la producción, la administración y el mercadeo de los bienes y servicios que provee la dinámica empresarial local” (P. 12).

Se pretende con el proyecto dar un paso más en lo referente a San Pedro Nonualco como municipio competitivo, se buscará un compromiso entre el gobierno local, los actores sociales, emprendedores y empresarios de la zona para que se desarrollen actividades conjuntas que permitan potenciar la actividad económica, cultural y turística.

Para el desarrollo de competitividad municipal por medio de la cultura y el turismo es necesario realizar un diagnóstico que sirva para determinar el potencial de la zona.

En El Salvador dentro de los principales atractivos turísticos tenemos las playas y senderos naturales para caminatas o para acampar, pero dentro del país se tiene departamentos y municipios que buscan enfocarse dentro del potencial cultural de cada zona, lo que permite convertirse en un destino diferenciado y les permite entrar en la competitividad, este punto lo sustenta Morais et al. (2013) cuando nos dice que:

“En la Nueva Era del Turismo ya no basta la existencia de las ventajas comparativas para que un destino se torne competitivo. Es necesario agregar nuevos factores que proporcionen ventajas competitivas al destino. Por lo tanto, se entiende que es preciso que sea único, descubriendo y utilizando recursos que sólo el destino posee e innovando y agregando valor al producto ofrecido” (P. 138)

Es importante destacar que la competitividad inicia cuando se realiza el consumo interno, esto ayuda al momento de identificar los atractivos turísticos, pero es importante un análisis más profundo de las situaciones históricas, económico, cultural y turístico del municipio de San Pedro Nonualco.

1.4. Análisis históricos de San Pedro Nonualco.

El análisis de los aspectos históricos permitirá destacar los elementos para su utilización dentro del desarrollo de la parte gráfica del evento festivo Noches Pachangueras Sampedranas y para destacar el potencial competitivo turístico del municipio, por tanto se inicia con el planteamiento de (Hernández, 2014) sobre el origen de esta antiquísima población precolombina .

Fue fundada por tribus Yaquis hacia el siglo XI ó XII de la Era Cristiana. La tribu de los Nonualcos habitó en el departamento de La Paz y en la parte sur del Departamento de San Vicente, entre los ríos Jiboa y Lempa, siendo sus habitantes iniciales, guerreros indígenas. Los trámites para obtener los títulos ejidales del pueblo en 1759, muestran que para entonces se trataba de una comunidad bien establecida, es en el año 1770, en el acto de la Visita Pastoral que practicó el obispo Cortés y Larraz, que se ve a San Pedro como anexo a la parroquia de Santiago Nonualco, en ese entonces tenía 131 familias con 659 personas.

(Hernández, 2014) afirma que no se conoce cuando se dio el título de pueblo a San Pedro Nonualco, la primera alusión concreta al poblado es la que hace Gálvez Corral en 1740; con la solicitud de ejidos en 1759 el asentamiento parece haber estado ya bien establecido con un alcalde ordinario. Todo indica que, en 1823, según la “Tabla para facilitar la elección de Diputados y Suplentes para el Congreso de las Provincias Unidas de Guatemala”, San Pedro Nonualco ya

contaba con su propia parroquia, más o menos por esos años funcionaban en la localidad dos Juzgados. Según Lardé y Larín (2000: 448a) el pueblo fue cambiado varias veces de jurisdicción lo que dificultó tener registros claros.

Hernández, (cita a Guillermo Dawson (1996 [1890])) que afirma que en 1875 San Pedro obtuvo su título de villa ya ubicado en la paz, el cambio casi no quedó registrado en los libros de la municipalidad, únicamente se dispuso la instalación de una plaza de vivanderas. En esos años la principal actividad de la comuna se concentraba en la administración de los ejidos, eventualmente las agitaciones políticas que la nación vivía tuvieron eco en la vida local; había graves carencias económicas pero la Villa prosperaba lentamente apostándole mucho al cultivo del café. Era una sociedad muy tradicional. El 11 de julio de 1797 el padre Nicolás Salazar bautizó a Juan José Secundino, hijo legítimo de Don Juan de Dios Hernández y Toribia del Rosario, el primero de éstos era entonces “indio cacique” y así quedó asentado en el acta bautismal. Esto indica que por aquellos años la institución tradicional del cacicazgo tenía plena vigencia y reconocimiento legal; cuando Marroquín (964: 70-72) estuvo en San Pedro Nonualco, los descendientes del bautizado aun gozaban de cierto de respeto y autoridad, lo que muestra el grado de supervivencia de las viejas tradiciones.

(Hernández, 2014) menciona que el auge económico propiciado por el cultivo del café hizo que San Pedro Nonualco progresara rápidamente. El servicio telegráfico introducido en 1890 era completado ya en 1903; En diciembre de ese año San Pedro Nonualco ya estaba conectado telegráficamente también con su vecino Santiago Nonualco; en 1908 la comuna pidió una línea telefónica con los pueblos de Mercedes La Ceiba, Santa María Ostuma y Jerusalén, para estar en relación con Cojutepeque. El servicio telefónico y telegráfico era completado a su vez con el de correo peatonal que era pagado por la comuna, por Decreto Legislativo del 10 de abril de 1912, se le otorgó el Título de Ciudad a la entonces Villa de San Pedro Nonualco y se le erigió, al mismo tiempo, en Cabecera de Distrito, constituido por San Pedro Nonualco, Santa María Ostuma, Jerusalén y Mercedes La Ceiba.

(Hernández, 2014) Para 1920 ya se consolida el municipio en el departamento de La Paz, situado en las faldas del volcán de San Vicente en la zona occidental y limitando con el valle Jiboa al sur, posee una extensión territorial de 27.54 Kms cuadrados, con una altitud de 660.0 msnm, el casco urbano del municipio está conformado por 6 barrios (El Centro, El Calvario, San Francisco, San José, Concepción y Guadalupe) y los cantones son 7 respectivamente (Hacienda Vieja, San Juan Nahuistepeque, San Ramón, El Lazareto, La Comunidad, El Robrel y La Carbonera).

Un hecho importante que se dio en San Pedro Nonualco en el año 2001 fue el terremoto de 13 de febrero, el cual causo graves daños a la Parroquia de San Pedro Apóstol y a otras infraestructuras, así como también un impacto negativo en el aspecto económico del municipio.

Para poder entender la importancia de algunos hechos históricos de San Pedro Nonualco se ha creado una línea de tiempo que abarca desde 1759 que es la fecha donde se plantea que habito una tribu indígena en la zona que actualmente es San Pedro Nonualco, la línea de tiempo termina en el año de 1912 que es cuando se reconoce a San Pedro Nonualco como villa, mediante un decreto legislativo.

SIGLO XI 6 XII ERA CRISTIANA

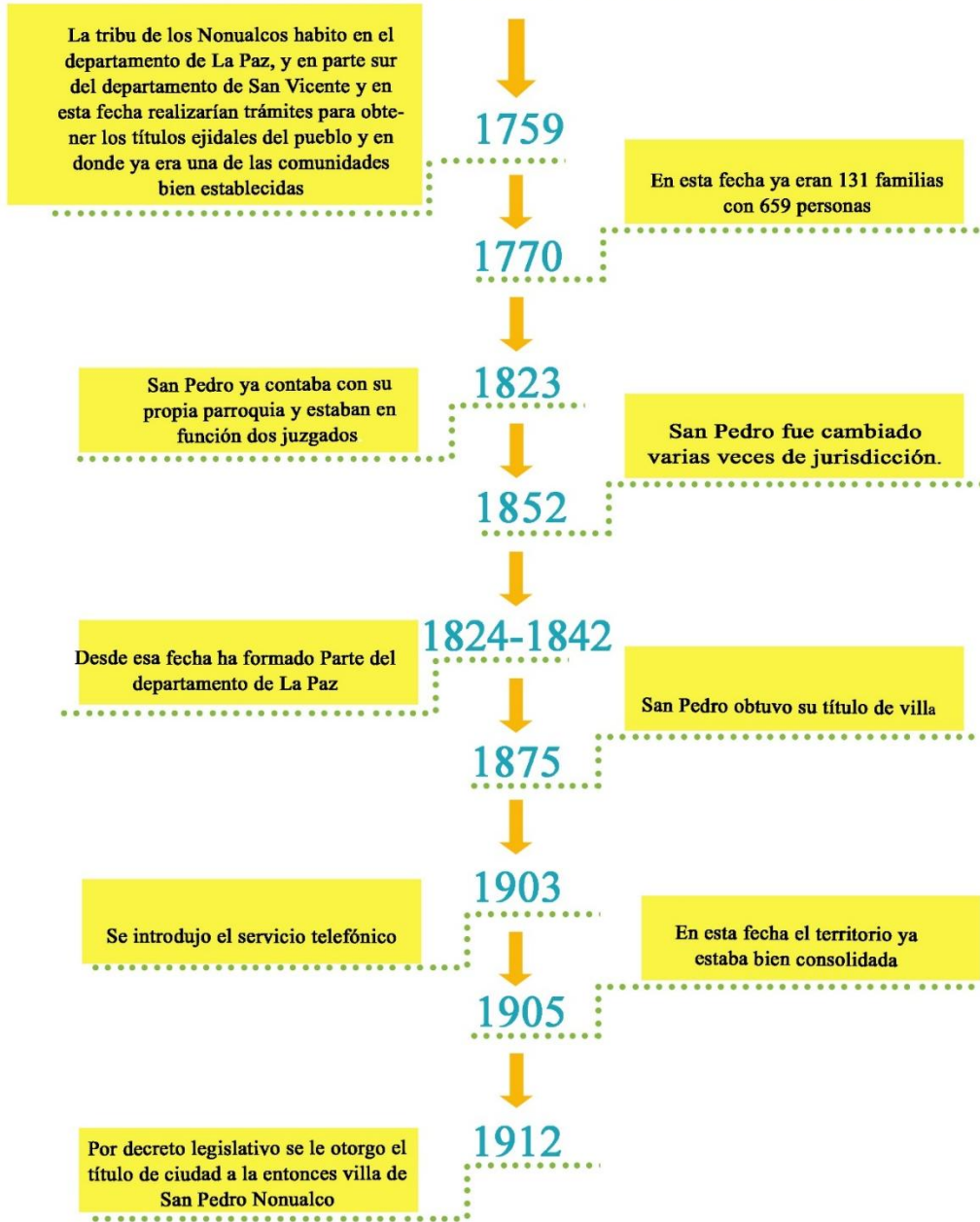


Figura 1. Línea de tiempo

1.4.1. Aspecto económico: Principal actividad económica de los últimos dos años (2014-2015) en San Pedro Nonualco.

Dentro de la información histórica de San Pedro Nonualco es importante destacar el aspecto económico que acompañó durante su formación y el que actualmente mantiene en movimiento la economía del municipio, San Pedro Nonualco siempre se ha destacó por la producción de diferentes frutas, el cultivo de naranjas está dentro de su principal actividad productiva, así también como el cultivo de limones, bananos, café, etc. Estos frutos eran y actualmente siguen siendo comercializadas dentro y fuera del municipio.



1.4.1:1 Transporte de naranja, 2016, fotografía por Karla Gómez. Fuente: Grupo de trabajo

Es importante destacar que algunos agricultores trabajan de la mano con instituciones internacionales, Don Otoniel López Beltrán que es muy reconocido por su Finca Agro Turística actualmente trabaja con la Alianza Cacao.

Desde hace aproximadamente dos años se está potenciando la comercialización a través de un mercado que se realiza los días Martes, Jueves, Domingos, dicho mercado se apertura a la una de la madrugada y termina aproximadamente a las seis de la mañana, durante dicho periodo de tiempo llegan grandes cantidades de fruto de las diferentes finca de San Pedro Nonualco, a la plaza principal, la fruta es vendida a mayoristas que cargan grandes camiones con los cuales se dirigen a los mercados de los municipios antes mencionados, esta es una de las principales actividades económicas que se lleva a cabo dentro del municipio.

Además durante los últimos meses del año 2014 la gestión anterior promovió el evento festivo noches de Ronda, que se buscaba darle visibilidad a la diversidad comercial del municipio, tuvo un buen acogimiento por parte de la población pero no se logró desarrollar todo el potencial del evento por las elecciones municipales llevadas a cabo en 2015, por el cambio de partido político en la municipalidad se cancelaron las noches de Ronda, pero la gestión actual tuvo a bien retomar ese concepto y mejorarlo proponiendo así las Noches Pachangueras Sampedranas, es así como durante el 2015 nuevamente se realiza este evento festivo con la idea de darle continuidad de manera indefinida (Meléndez, 2015).

Es importante desarrollar actividades y estrategias para impulsar la economía de cada región, los eventos culturales son una buena opción pues además logran atraer turistas y logra dinamizar la economía. El proyecto impactara directamente en el comercio del municipio.

Recientemente los emprendedores y comerciantes participantes en los eventos festivos del municipio se organizaron para formar el Comité de Turismo, esto les permitirá poder tomar decisiones y proponer mejorar para los eventos que impulsa la alcaldía, además podrán gestionar apoyo en diferentes instituciones públicas o privadas.

Esto se convierte en un avance para los emprendedores, comerciantes y para San Pedro Nonualco como municipio, en un evento el comercio se diversifica con respecto a productos y servicios donde los habitantes de la zona toman un papel más protagónico, porque se convierten en impulsores del comercio, pues por medio de este evento pueden mostrar sus productos en la gastronomía, artesanías y algunos servicios que ofrecen como son hoteles y hostales que hay en el lugar.

En el siguiente cuadro refleja la cantidad de vendedores que participan y la diversidad de productos que se ofrecen en el evento Noches Pachangueras Sampedranas:

Tabla 1. Emprendedores y comerciantes que participan del evento festivo Noches Pachangueras Sampedranas de San Pedro Nonualco.

N°	Nombre	Producto o Servicio
1	Santa Crista	Postres
2	Juana del Transito Bolaños	gastronomía y artesanías
3	Karen Lisseth López	Antojitos y típicos
4	Anabel Chinchilla Burgos	pupusas, pasteles
5	María Romelia	Carnes y postres
6	María del Carmen López	panes rellenos
7	Rubia Beltrán	pupusas, pasteles
8	Blanca Liliana Vázquez	Comida
9	José Emmanuel Bolaños	frozen de frutas
10	Diana Marta Canales	Pupusas y carne
11	Norberta del Carmen Chávez	Cocteles
12	Gloria Elba Reyes	Pinchos y tacos
13	Feliz Rene Mejía	Carne
14	Josefina Reyes	Papitas
15	Rosa María Reyes	Típicos y artesanías
16	Teresa Alvarado Lino	Pupusas
17	César Virgilio Barillas	Pinchos y tacos
18	Rosario del Carmen Roque V.	Pizza
19	Kenia Pérez	Pupusas y sopa
20	Esaú Amaya	Hot dogs
21	María de los Ángeles Díaz	Café, yuca y pan
22	Lorena Ramírez	panes rellenos

El evento Festivo Noches Pachangueras Sampedranas busca dinamizar el comercio tanto del casco urbano como de las zonas rurales del municipio, con el proyecto propuesto se busca que el evento tenga más notoriedad apoyándose de la parte publicitaria, pero valiéndose de elementos culturales propios del municipio.

1.4.2. Análisis cultural contemporáneo de San Pedro Nonualco.

Con respecto a la producción artística actual del municipio, se cuenta con un amplio repertorio de artistas y grupos artísticos entre pintores, músicos, artistas teatrales, grupos de danza, etc. De los cuales se mencionarán los más representativos y los que tiene un impacto dentro de la sociedad de su entorno, también se hace referencia a las instituciones encargadas de impulsar el aspecto cultural y artístico del municipio.

Se encuentra el grupo de danza folclórica llamado los Historiantes, quienes se encargan de desarrollar una de las tradiciones más importantes del municipio que es:

“el denominado baile “La Loga” que es la representación de la guerra entre moros y cristianos que se dio en España en los siglos XV al XVII”, dicha representación se volvió parte importante de la cultura debido a que es parte de las festividades en honor al Dulce nombre de Jesús (Meléndez, 2016).

El grupo está compuesto por jóvenes y adultos, que utilizan máscaras (la máscara solo es para los moros), coronas, flores, espejos y machetes mientras realizan una especie de baile y comparten en una especie de dialogo la historia de los moros y cristianos, para este tipo de presentación se pasa preparando cuatro bailes o más durante varios meses para su presentación.

Los Historiantes son un grupo diverso que siempre está abierto a personas interesados en aprender o practicar, y muchos de los que participan en los Historiantes son por promesas de Milagros al “Dulce Nombre de Jesús”.

Es un referente por el aporte artístico cultural que han realizado al municipio en el tiempo que tiene constituido como grupo de danza, lograron desarrollar un acto donde se incluyó el aspecto histórico, cultural y artístico.

También es importante mencionar que existe un grupo de danza folclórica cuya característica especial es que está compuesto por adultos mayores que mantiene un gran espíritu por promover los aspectos culturales de la zona.

Estos grupos tienen una estrecha relación con el director de la casa de la Cultura del municipio, con quien se sostuvo una entrevista para conocer el panorama cultural del municipio.

1.4.2.1. Entrevista realizada en la casa de la cultura del municipio de San Pedro Nonualco.

Para tener una mejor información sobre las actividades culturales y lo que se está promoviendo por medio de las instituciones en el municipio de San Pedro Nonualco se realizó una entrevista al Director de la casa de la cultura a Lic. Gonzalo Jiménez Romero.

La casa de la cultura realiza diferentes actividades con la ayuda de un fondo que se les asigna de la oficina central aunque actualmente ha tenido una reducción del 80% en la parte económico lo que ha dificultado la proyección de actividades artísticas por parte de la Casa de la Cultura además el dinero asignado al año por parte del ministerio de cultura llega tarde por motivos administrativos lo que dificultaba la inversión en los talleres y actividades impulsadas por la casa de la cultura (Jiménez, 2015).



1.4.2.1:1 Celebración del día del niño, 2015, Foto por: Casa de la Cultura.



1.4.2.1:2 Talleres artísticos, 2015, Foto por: Casa de la Cultura.

Durante la mayor parte del año la casa de la cultura solo funciona como una biblioteca, los talleres realizados dentro de la casa de la cultura inician hasta final de año porque no se busca interferir con las actividades escolares, son talleres tanto para niños, niñas, jóvenes y adultos mayores, se desarrollan talleres de dibujo, pintura, guitarra, bordado y

taller de piñatas todos sin costo para los estudiantes.

Los encargados reciben por los talleres realizados en noviembre y diciembre \$100.00 de sueldo por ambos meses y muchas veces el pago tardaba en llegar por razones que estaban fuera del control del director de la casa de la cultura.

Con respecto a actividades como espacio para jóvenes o para que puedan dar a conocer sus habilidades artísticas, no existe un espacio y una institución que los apoye, la misma casa de la cultura busca apoyar a jóvenes con actividades en la que puedan participar, una muestra de dichas actividades es la presentación de una obra de teatro en el instituto Nacional Augusto Cesar Romero “INACER” con la participación del grupo de teatro Los Bufones Zurdos de Santiago Nonualco.

Dentro de la casa de la cultura está el comité de apoyo que son personas que quieren brindar algún tipo de apoyo a la casa de la cultura más que todo la función del comité de apoyo es la de gestionar ayuda para llevar a cabo las diferentes actividades.

Además, el comité de apoyo funciona como un garante de que la casa de la cultura está cumpliendo con actividades en beneficio del municipio pues se reúnen mensualmente para presentar los proyectos realizados en el mes y para proyectar las actividades a realizarse dentro del próximo mes, al consultarle sobre el evento festivo Noches pachangueras Sampedranas nos menciona que en dicho evento no se tienen espacios abiertos para las expresiones culturales que se desarrollan en el municipio.

Pero (Jiménez, 2015) sabe que el aporte de los jóvenes de la zona está teniendo mayor impacto, pues se involucran dentro de las actividades desarrolladas por otros sectores sociales y también desarrollan actividades propias como las alboradas donde también se incluye actividades artísticas como bailes de break dance, batucadas y payasos entre otras.

1.4.2.2 Entrevista realizada al Abogado y Notario Juan Pablo Pérez Bayona fundador de grupo juvenil los Bichos de San Pedro Nonualco.

Dentro del proyecto del evento festivo se busca el involucramiento de sectores sociales que están dentro del municipio de San Pedro Nonualco, por esto es importante conocer sobre los sectores juveniles y los espacios que tiene para expresar sus ideas y talentos.

Dentro del municipio están vigentes dos grupos juveniles más, además del grupo juvenil los Bichos de San Pedro Nonualco, la Red Juvenil de San Pedro Nonualco que tiene una relación directa con el partido FMLN y el tercer grupo de jóvenes que es más reciente y no tiene un nombre establecido que está relacionado al partido de ARENA estos últimos grupos tiene el apoyo de sus diferentes partidos políticos, aunque a manera general dentro del municipio nunca ha existido un apoyo real hacia el sector juvenil del municipio, no se terminan de establecer objetivos que busquen fomentar los espacios para jóvenes.

Los diferentes grupos juveniles tienen actividades en función de las necesidades del municipio, tiene dentro de sus filas jóvenes talentos, jóvenes empresarios y emprendedores con los cuales se podría organizar actividades y eventos en beneficio de la población.

Como grupo juvenil los Bichos de San Pedro Nonualco buscan generar actividades que tengan incidencia dentro de su realidad y tiene la apertura para apoyar a los diferentes sectores sociales del municipio.

Con respecto al evento festivo Noches Pachangueras Sampedranas impulsado por la alcaldía el fundador y Abogado Juan Pablo Pérez Bayona está dispuesto a apoyarlos siempre que dicho evento tenga objetivos claros y se aleje en gran medida el evento de los aspectos políticos a los que pudiera estar ligado.

Se propone incluir dentro del evento a estos grupos culturales y al sector juventud del municipio.

1.4.3. Festividades de San Pedro Nonualco y sus elementos culturales.

Después de conocer el punto de vista del director de la casa de la cultura y del fundador del grupo juvenil los Bichos de San Pedro Nonualco, es importante conocer las festividades que se desarrollan durante el año en San Pedro Nonualco, espacios donde alcaldía, iglesia, sectores juveniles y el sector artístico cultural participan ejecutando diferentes actividades según sea la fecha que se celebra.

Tabla 2.

Resumen de actividades festivas de San Pedro Nonualco.

FIESTAS TITULARES	
FECHA	01 al 06 de febrero de cada año
Descripción	se conmemora el momento en que San Pedro Nonualco se convirtió en ciudad, se abren cofradías para los niños “Jesusito” y “Niño Zarco” así también se rinde honor a la mayordomía del “Dulce nombre de Jesús”, la celebración permite la participación de la mayoría de personas del municipio, la forma de participación es en familia en algunas se realizan altares para los santos que se celebran y se prepara comida para todos los visitantes que llegan al lugar, pero es importante destacar que los mismos visitantes en la mayoría de casos llevan la comida a las casa altares.
ACTIVIDADES	
Peregrinación del niño zarco.	La peregrinación del niño Zarco es una tradición centenaria que se realiza en el marco de las fiestas titulares específicamente el 4 de febrero y que inicia con una peregrinación por parte de los feligreses que sale desde San Ramón, Cuscatlán desde dichos puntos salen imágenes del niño Jesús donde se unen para iniciar el viaje a la zona central del municipio acompañado de los feligreses de los municipios aledaños a la zona central de San Pedro Nonualco recorriendo un aproximado de 28 Kms. Cursando veredas, calles y hasta los bordes del mismo río Jiboa.
Cofradías.	Se dan dentro de las fiestas religiosas en honor al Dulce nombre de Jesús, se acompaña una caravana con música de banda y en algunos casos acompañada por el sonido de los machetes de los Historiantes, La preparación para dicha fiesta inicia dos noches antes, cuando ingresa la comida a las diferentes casas que tendrán altares,

Las entradas o Palancas.	Acompañando las cofradías y casi cualquiera festividad en San Pedro Nonualco están las famosas palancas, las cuales consisten en varas de bambú sobre las cuales van amarrados y colgados animales, frutas y flores.
Carreras de cintas.	Dentro de las fiestas titulares los jinetes ponen a prueba su destreza al cruzar a toda velocidad una de las principales calles del municipio e intentar pasar un lápiz dentro de una argolla, las recompensas son variadas y son entregados por la madrina de las festividades.
Palo encebado.	Lo que podría ser considerado un deporte pues requiere esfuerzo físico y destreza para escalar, consiste en talar un árbol a modo que quede una superficie lisa y posteriormente se enceba con grasa animal lo que lo deja sumamente resbaladizo, el grupo que logre escalarlo recibirá un premio que generalmente es en efectivo.
Cuche encebado.	Es una variante del palo en cebado solo que en esta ocasión se toma un cerdo y se enceba con grasa animal y se libera para que las personas intenten atraparlo el que lo logre se queda con el animal y en algunos casos recibe un premio en efectivo.

SEMANA SANTA	
Descripción	La semana santa en el país se vive lleno de actividades religiosas y en el municipio de San Pedro Nonualco no es diferente, cabe destacar que en estas actividades esta la noche del santo entierro de los niños, pero la particularidad de esta actividad es que son mujeres, niñas y niños que se encargan de cargar las representaciones religiosas.

FIESTAS PATRONALES	
FECHA	25 al 29 de junio
Descripción	Inician con la llegada de la imagen de San Pedro Apóstol junto a la Virgen de Candelaria de Santa María Ostuma, se realiza el desfile del correo que se da por toda la zona central del municipio, La iglesia organiza cofradías para todos los feligreses donde se reparte comida, por las noches están las ruedas donde se disfruta. Se realiza una visita por parte de los feligreses a la imagen de San Pedro en el convento. Al finalizar el día 28 de junio se prepara la salida del Santo Patrono de San Pedro entre alboradas y flores por la noche inicia la jornada bailable y la coronación de la reina de las festividades además de la quema de pólvora de la alborada de cierre.

Se observa la colaboración de diferentes sectores sociales, la iglesia se involucra e impulsa actividades religiosas, la alcaldía dando apoyo logístico y desarrollando actividades de esparcimiento familiar, la juventud del municipio desarrollando alboradas y la casa de la cultura desarrolla festividades culturales.

El municipio de San Pedro Nonualco no ha podido explotar de manera adecuada el turismo cultural, a pesar de desarrollar actividades como los mencionados anteriormente, vemos la necesidad de destacar dichos elementos de manera gráfica para darlos a conocer en un entorno nacional y extranjero.

Los eventos festivos se presentan como la manera más idónea de presentar la cultura y el atractivo turístico de una zona

El conocer culturas diferentes siempre es un motivo para que las personas realicen turismo.

1.4.4. Atractivos turismos físicos en San Pedro Nonualco.

Son muchos los lugares turísticos que San Pedro Nonualco Posee como municipio, entre estos encontramos: ríos, lagos, montañas perfectas para caminatas, restaurantes, hoteles, hostales y sin olvidar todas aquellas festividades que sin duda otorgan un toque cultural, apreciado por ser muy propio de cada lugar.

1.4.4.1. Parroquia San Pedro Apóstol.



1.4.4.1:1 Parroquia San Pedro Apóstol, 2015, Fotografía por: Karla Gómez, Fuente por: Grupo de trabajo.

En 1978 fue registrada como un monumento nacional, para los terremotos del año 2001 sufrió la estructura muchos daños y en ese momento Concultura se da a la tarea de realizar las reparaciones del monumento, junto a otras entidades públicas y privadas, gracias a esa reconstrucción la iglesia se ha

convertido en icono del municipio, al grado de ser utilizada dentro de los elementos que comprende el escudo de la alcaldía.

1.4.4.2. Finca Agroecoturística Don Otoniel.

Una gran variedad de frutas se cultivan en esta finca, esa variedad de vegetación dentro de la finca la convierte en un rincón de agradable clima ideal para una caminata, a la finca Agroecoturística se llega por el cantón Hacienda Vieja, algo muy importante que destaca el dueño del lugar Don Otoniel, es que dentro de su cultivo no se utiliza productos inorgánicos como pesticidas o abonos artificiales con químicos para el cultivo lo que permite que los visitantes puedan tener la experiencia de comer fruta cortada en el momento de la visita.

Donde se busca mejorar la siembra de cacao con diferentes tipos de siembra, pues por el clima bajo de San Pedro Nonualco hay un gran potencial para los árboles frutales que entre los que se cultivan en la finca está: El cacao, el banano, el coco y lo cítrico.



1.4.4.2:1 Finca Agroecoturística, 2015, Fotografía por Oscar Moreno, Fuente: Grupo de trabajo.

1.4.4.3 Quinta América.

Hostal y finca que cuenta con 3 habitaciones cada una para 2 personas, con una amplia sala de recepciones para eventos sociales y además cuenta con una vista increíble del paisaje de San Pedro Nonualco, es importante destacar que el hostal cuenta con un amplio terreno de cultivo por lo cual los visitantes tienen la opción de



1.4.4.3:1 Quinta América, 2015, Fuente: Quinta América

realizar un recorrido por naranjales lo que se convierte en una experiencia de ecoturismo dentro del mismo lugar del hospedaje.

1.4.4.4 Finca Santa Eduvigis.

12 Manzanas de terreno de cultivo que cuentan con veredas donde se puede realizar un recorrido turístico con un agradable clima y disfrutando de la diversidad de fruta que se cultiva en la zona, dentro del terreno encontramos habitaciones completamente equipadas para que el visitante este cómodo, salones para conferencias o eventos sociales y una variedad de platillos de la zona que complementa la agradable experiencia del amigo visitante.



1.4.4.4:1 Santa Eduvigis, 2015, Fuente: Santa Eduvigis Facebook.



1.4.4.5 Poza El pasó del rio Jiboa.

Se forman entre hendiduras de roca, dichas formaciones de agua están rodeados de una rica zona boscosa, lo que le da un agradable clima fresco, para llegar a la poza debemos recorrer 6 kilómetros de distancia desde la ciudad, sus aguas cristalinas y frescas para poner disfrutar de un baño refrescante y relajante, y disfrutar del paisaje de la peña colorada.



1.4.4.5:1 Poza rio Jiboa, 2015, Fotografía por Karla Gómez, Fuente: Grupo de trabajo.



1.4.4.6 La peña colorada.

Un paraíso muy imponente es la peña colorada, se encuentra a orillas del río Jiboa se puede llegar en pick up o se puede realizar senderismo lo que lo convierte



1.4.4.6:1 Peña colorada, 2015, Fotografía por Oscar Moreno, Fuente: Grupo de trabajo.



en eco turismo, entre naranjales y cultivos de maíz se llega al río Jiboa un hermoso paisaje, cruzando el río entre árboles y riachuelos emerge la imponente peña colorada que está adornada con una pequeña cascada que riega con agua todo el paisaje verde que le rodea.

Una vez que se definen los atractivos físicos y culturales del municipio de San Pedro Nonualco se estudiará la importancia y el aporte que la comunicación puede dar al proyecto.

1.5. Comunicación visual y la importancia del área de diseño gráfico dentro de los eventos festivos.

Los dos municipios que ejecutan eventos festivos culturales que mencionamos en apartados anteriores, destacan no solo por el amplio potencial que tiene como atractivo turístico si no también destacan por el acompañamiento que les dan a sus actividades turísticas con elementos publicitarios bien ejecutados ya sean en redes sociales o como publicidad impresa.

1.5.1 Comunicación visual Paseo el Carmen.

En el municipio de Santa Tecla se desarrolla un proyecto de marca de la ciudad que fue lanzado el 11 de enero de 2016, la marca busca destacar los aspectos culturales del municipio resaltando en gran medida las actividades que se desarrollan en el Paseo el Carmen.



1.5.1:1 Marca municipal Santa Tecla, 2016, Fuente: Santa Tecla Leyenda viva.

Vemos en la marca un estilo corporativo bien definido y aplicable en varias propuestas según el tipo de medio que se utiliza para publicidad, aunque dicha marca tiene más presencia en redes sociales que en otros medios publicitarios. Se apoyan de la fotografía para resaltar los elementos turísticos del municipio, además esta fotografía está siendo respaldada por la marca que es de estilo abstracto por las formas que la componen, colores institucionales y otros elementos gráficos acompañan y facilitan la comprensión del mensaje que se desea transmitir.

1.5.2 Comunicación visual San Vicente festival gastronómico.

En el departamento de San Vicente se trabajan propuestas similares de marca enfocadas en destacar las actividades turísticas que desarrolla la municipalidad, la marca del Festival Gastronómico de San Vicente no tiene tanta solides como la del Municipio de Santa Tecla, pero es un esfuerzo por parte de la municipalidad de darle mayor importancia al evento. No se establece con claridad los colores institucionales, ni se tiene en cuenta el orden y limpieza visual en la publicidad.



1.5.2:1 Marca festival gastronómico San Vicente, 2016, Fuente: Festival Gastronómico San Vicente Facebook.

Ambos son los mejores ejemplos en cuanto al desarrollo del evento, incluyendo diversidad de actividades culturales y comerciales dentro de un mismo espacio, acompañándolas de elementos publicitarios que mejoran el potencial del evento, servirán como punto de partida para establecer los aspectos básicos que se propone para el evento Festivo Noches Pachangueras Sampedranas.

1.5.3 La importancia del diseñador gráfico y la comunicación visual.

El diseñador gráfico a estado transformando continuamente imágenes complejas en información precisa y con una intención clara, utilizando una combinación equilibrada de elementos gráficos y adaptándose a los requerimientos que cada proyecto presente y más importante como dice Boscardin (2013) “el diseñador debe contar con la información necesaria para que ningún elemento aparezca de más en su composición o de la impresión de que está faltando algo” (P. 7).

La comunicación visual debe ir respaldada por un proceso creativo de planificación, con el objetivo que el diseñador pueda tomar la decisión correcta en cuanto a aquellos elementos que van dentro de la composición y donde ubicar dichos elementos, todo enfocado en la meta final del diseño que es el de transmitir un mensaje de la forma correcta.

Para la planeación del proceso creativo se establecen elementos estructurales básicos que permitirá definir el grado de importancia de la información escrita y visual que ha de entregarse al diseñador.

Dentro de la estructura básica se puede incluir la información textual que se permitirá presentar la información más trascendental dentro de la propuesta para el evento Noches Pachangueras Sampedranas, con respecto a la comunicación visual será de vital importancia apoyarse en la fotografía, se presenta como un complemento de la información textual, por lo tanto la fotografía se volverá un medio de comunicación secundario con respecto al mensaje que se transmitirá, pero es importante destacar que Boscardin (2013) dice que “la importancia de la fotografía está dada por permitirle al lector ver como si estuviera allí y darle pruebas de lo que se dice sobre algo”(P. 18).

Al final es importante destacar como la publicidad es una herramienta fundamental de la comunicación y por tanto de comercio, de acuerdo con todo lo planteado en este apartado al final el proyecto servirá para impulsar el aspecto comercial del evento, pero también el proyecto propone una forma en que un diseñador puede ingresar al mundo emprendedor con base en sus conocimientos, habilidades y destrezas.

Es con base a este planteamiento que se considerará la propuesta como una posible idea de emprendimiento, para abordar ese tema se definirá términos generales del comercio hasta aterrizar en los conceptos de emprendimiento y en la propuesta de la idea de emprendimiento del proyecto.

1.6. El comercio como la base histórica de los nuevos enfoques de emprendimiento.

El perseguir un fin económico y comercial se estableció como una actividad principal dentro de las sociedades, se organizaron instituciones dedicadas a dicha actividad, aparecen empresas que según el giro al que se dedican se clasifican en empresas industriales, empresas comerciales, empresas de servicio, etc.

Pero también se clasifican en tamaños en base al número de empleados y dinero que se registra en sus transacciones, la institución CONAMYPE clasifica a las empresas de la siguiente forma:

Tabla 3.

Clasificación de las empresas según CONAMYPE.

concepto según tamaño de unidad económica o segmento empresarial	Indicadores	
	Número de empleados remunerados	Según las ventas brutas anuales
Emprendedor	0 a 4 empleados	\$5,715.00
Microempresa	4 a 10 empleados	\$100,000.00
Pequeña empresa	10 a 50 empleados	\$1.0 millón
Mediana empresa	50 a 100 empleados	\$7.0 millones

Sin embargo, desde unos años atrás en El Salvador instituciones como CONAMYPE, CDMYPE, etc. año tras año están dando mayor apoyo en el aspecto de talleres para emprendedores con lo cual buscan dar el conocimiento teórico a las personas que buscan iniciar una idea de negocio.



1.5.2:1 Juventud emprende, 2015, Fuente: CONAMYPE.

1.6.1. Visión emprendedora de la propuesta.

Dentro del proyecto se destaca la visión emprendedora de la propuesta, con la cual se pretende ingresar al campo laboral profesional del diseñador gráfico y colocar una propuesta de publicidad como un emprendimiento, para contextualizar este punto es importante destacar que Blank, (2015) Define lo que es un emprendimiento y dice que es “Una organización formada para la búsqueda de un modelo de negocios repetible y escalable” (P. 37).

Se retoma esta definición por dos puntos importantes que se mencionan en ella que son:

- a. Repetible: El proyecto podrá desarrollarse en los en diferentes entornos sociales apoyado por diferentes instituciones y aportando en cada zona algo diferenciador según el potencial de cada lugar en el aspecto turístico cultural, pero manteniendo un esquema básico el cual permitirá poder replicar el proyecto.
- b. Escalable: en un inicio se apunta a un target reducido, pero con un gran potencial de inversión que son las alcaldías, pero conforme se vaya

superando las etapas o ciclos de vida por la cuales tiene que pasar un emprendimiento se buscara diversificar el tipo de cliente.

Como emprendimiento no se puede generar un plan de negocios porque se manejan conceptos empresariales más amplios y se elaboran con base en información mucho más completa. Además, para un plan de negocio se debe tener una cartera de clientes mucho más amplia y sólida esto aplica para empresas que tengan más años funcionando es por eso que el enfoque de este proyecto será en elaborar un modelo de negocio que es la opción más viable para un emprendimiento.

Se desarrollará el modelo de negocio del proyecto de una forma simplificada, para entender el modelo de negocio tomamos de referencia la presentación institucional de Conamype donde Osterwalder (2015), determina que “Un modelo de negocio describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor”.

Se utilizará dentro de un modelo de negocio la herramienta de “Lean Canvas” que nos proporciona nueve puntos de los cuales destacamos: el target o público objetivo, el problema, la solución y la ventaja competitiva entre otros.

La mayoría de artistas está familiarizado con el término “Canvas” pero con respecto al concepto completo el Lean Canvas hace referencia a que dentro de una misma superficie plasmaremos una variedades significativa de ideas que conformarán nuestra propuesta de emprendimiento, pero Maurya (2012) aclara el concepto en cómo crear tu lienzo Lean “Capturar tu modelo de negocio en un diagrama portable de una página. El Lienzo Lean es el formato ideal para realizar la lluvia de ideas de posibles modelos de negocio, priorizar por dónde empezar y seguir un aprendizaje permanente”.

La flexibilidad del Lean Canvas permite estudiar el posible cliente, ver que dificultades se tiene con respecto al aspecto de publicidad y desarrollo de eventos festivos, el Lean Canvas permite ofrecer una solución a las dificultades y darle

una propuesta de valor al posible cliente y se determina el potencial de la propuesta de emprendimiento.

El Lean Canvas, es una pieza resumen de una serie de análisis y planteamiento de ideas, detrás del modelo de negocio esta una estructura que se desarrolla paso a paso, inicia desde el análisis del target o público objetivo.

En el caso del proyecto aparece el perfil del posible cliente, pero para llegar a ese punto se tomó la decisión de trabajar con alcaldías que tenían poca visibilidad publicitaria, en ese sentido la alcaldía de San Pedro Nonualco mostró interés por el proyecto propuesto.

Posterior a la elección del cliente se estudiaron los elementos publicitarios con los que contaba como el logo, colores institucionales, etc. Se analizaron los canales de comunicación que se utilizaban regularmente para dar a conocer aquellos proyectos municipales que eran de interés para la población.

Finalizado el análisis de los elementos publicitarios se inicia el desarrollo de una propuesta junto con un “Producto Mínimo Viable” (PMV), en el caso de la idea de emprendimiento fue un servicio que funcionará como PMV es la elaboración de un manual de identidad corporativa, la intervención en la organización del evento y gestión de una campaña publicitaria para el evento festivo Noches Pachangueras Sampedranas, donde se desarrollen elementos visuales para la publicidad, elementos de planeación de una estrategia publicitaria, eligiendo canales de comunicación accesibles y enfocados en las necesidades del proyecto, proponiendo actividades culturales que en sí mismo vuelvan atractivo el evento y al municipio para los turistas.

El desarrollar la imagen para un evento festivo permitió tener un aprendizaje más profundo sobre el esfuerzo y necesidades publicitarias que tiene la alcaldía y los diferentes eventos o actividades que se podrían potenciar con la publicidad correcta.

Lo mencionado anteriormente permite establecer la propuesta de valor que se ofrece como emprendimiento, el proyecto busca enfocar los esfuerzos publicitarios en la identidad de la cultura propia de cada municipio, esto permitirá poder replicar el proyecto en otros lugares y obtener siempre resultados diferentes según el potencial cultural de cada zona, es importante destacar que como emprendimiento el tipo de mercado al que se apunta son los Re-segmentados que son aquellos donde posibles clientes no son tomados en cuenta por diferentes razones, en este caso sería las alcaldías municipales.

Es importante entender que no es un mercado grande, pero si es un mercado prometedor por el potencial económico con el que cuentan las alcaldías.

Con respecto a los canales serán de tipo directo, el equipo de trabajo se reunirá con el alcalde y consejo municipal para presentar la propuesta y los resultados al finalizar el proyecto.

En flujo de ingreso está plasmado en el precio de los servicios en base a lo que se ofrece, dentro de los servicios que se ofrecerán están la conceptualización de marca y todo lo que conlleva a la identidad corporativa para el evento, registro fotográfico del evento, manejo de redes sociales, creación de página web, así también se contempla dentro de los servicios apoyar en la planificación y organización del evento festivo Noches Pachangueras Sampedranas, con la finalidad que se promuevan actividades que ayuden a destacar el aspecto de identidad cultural.

La estructura de costo presenta elementos como el pago de publicidad en redes sociales, pago en ayudantes o especialistas de otras áreas como programadores, etc.

Las métricas son el elemento final que refleja el Lean Canvas, en este apartado se muestran los indicadores que determinan el impacto del servicio brindado, se utilizará a las redes sociales para medir el impacto del proyecto.

El modelo de negocio responde a las principales necesidades del cliente de esta manera se genera valor a la propuesta según una necesidad real, pero asimismo se fundamenta el modo en que se generará dinero con la propuesta mientras se mantiene un costo adecuado para el proyecto, una vez definido los elementos que dan solides a la idea emprendedora, es momento de determinar el tipo de rubro al que pertenece el emprendimiento.

La idea de emprendimiento podría encajar en dos posibles concepto empresarial de agencias publicitarias según Amalia Gerpe (2013):

- Agencia de publicidad general: son aquellas que cuentan con servicios limitados y sub contratan el resto de servicios a otras agencias o empresas.
- Agencia de publicidad integrada, in house o in company: pequeñas agencias insertadas en empresas o instituciones más grandes, deben seguir ciertas reglas y donde realizan trabajos estandarizados.

Ambos enfoques son aplicables dentro de la idea de emprendimiento, pero se debe dar énfasis en que el proyecto tiene un alto contenido de organizadores de eventos, en este caso eventos festivos dentro de las municipalidades.

El Lean Canvas permite tener una base más sólida para poder desarrollar el emprendimiento, pero siempre será necesario someter a constante análisis el modelo de negocio para encontrar mejores oportunidades de negocios o encontrar mejoras en lo que se plantea como servicio o producto. (Anexo 1. Lean Canvas)



CAPITULO 2:

ANÁLISIS DE LOS DATOS.

CAPITULO 2: ANÁLISIS DE LOS DATOS.

En este capítulo se analizará lo que actualmente es el evento festivo Noches Pachangueras Sampedranas, desde sus aspectos publicitarios y de comunicación hasta las actividades actuales que se realizan en el evento.

Se retoma la importancia y necesidad de la comunicación visual basados en el impacto que este tipo de iniciativas tiene en otros municipios y en el capital que se invierte para tener una buena imagen institucional.

Se analiza el potencial que tiene como proyecto relativamente nuevo que tiene el evento festivo Noches pachangueras Sampedranas, se utiliza la guía de observación para determinar aquellos elementos positivos y negativos dentro del evento.

Entrevistando al encargado del área de turismo de la alcaldía de San Pedro Nonualco vemos la importancia que este tipo de actividades tiene para en un futuro.

Un análisis de las encuestas realizadas a los lugareños del casco urbano del municipio permite descubrir las necesidades reales en cuanto a potenciar el turismo y el evento, además algunas preguntas tienen como objetivo tener idea sobre elementos gráficos que se incluirán en la propuesta.

Posteriormente se estructura todo lo que lleva la propuesta en cuanto a actividades y contenidos para el evento, así como también todo lo que está relacionado al aspecto visual partiendo desde la construcción de la marca y toda la línea grafica hasta abarcar el aspecto de la estrategia publicitaria (objetivos, catálogo de medios, creación del concepto de la campaña) a desarrollarse para la prueba piloto.

2.1. Noches Pachangueras Sampedranas: comunicación visual y las actividades culturales actuales del evento.

Las Noches Pachangueras Sampedranas se retoman en la gestión del actual alcalde José Alfredo Hernández que realiza su primer periodo, es importante destacar que el consejo municipal es el que respalda esta iniciativa, que se realiza en la plaza central del municipio frente de la alcaldía municipal, el primer evento se llevó a cabo el sábado 26 de septiembre de 2015, inicia con la idea de ser un espacio familiar pero al mismo tiempo se busca tener una opción más de comercio para los emprendedores y empresarios del municipio, estas ideas se retoman, se les da forma y un sustento más sólido, con objetivos más claros.

Es necesario que se prepare el campo de investigación mediante el conocimiento de la situación actual del evento, se realiza una investigación muy específica en cuanto al aspecto visual y de actividades culturales que acompañan al mismo, también se abordarán algunos puntos sobre la organización en este sentido es importante la opinión directa del organizador Oscar Rene Meléndez Arias encargado del área de turismo del municipio.

Para entender la importancia de la comunicación visual se analizará la inversión que realizan algunas alcaldías en publicidad y se detallara los objetivos que persiguen al momento de la contratación.

2.1.1. Necesidad de comunicación visual del municipio de San Pedro Nonualco.

Las principales alcaldías a nivel nacional se permiten tener grandes presupuestos para promover las actividades que desarrollan, se toma como ejemplo la alcaldía de San Salvador que para el año 2015 invirtió 475.000,00 en la contratación de profesionales de publicidad para el fortalecimiento de la imagen y creación de estrategias publicitarias para la institución según el documento de contrataciones y adquisiciones de la alcaldía, estos datos se obtuvieron a través del portal de acceso a la información (ver anexo 2), en la gestión anterior de dicha alcaldía en el año 2013 firma un contrato con una empresa privada para “la contratación de servicios profesionales de publicidad para la divulgación de acciones, obras, actividades y servicios de la Alcaldía Municipal de San Salvador a través de

diferentes medios de comunicación” la contratación se da por un monto de 40.000,00 el contrato especifica que el dinero se invertirá en servicios de pauta en diferentes medios de comunicación, radio, prensa, medios alternativos, etc. Este es un acuerdo del consejo municipal (ver anexo 3).

El mismo caso que se da en la alcaldía de San Salvador se da actualmente en la alcaldía de Santa Tecla que manejan presupuestos muy amplio para enfocar en acciones de comunicación visual, en este caso en los documentos de libre gestión de 2015, se detalló una inversión en “servicios de consultoría en plataformas de redes sociales por un monto de 7.450.00 por una vigencia del contrato de 4 meses, también la contratación de servicios de publicidad en periódicos impresos: La Prensa Gráfico y El Diario de Hoy por ambos servicios es un monto de 15.000.00 por 2 meses a cada periódico (ver anexo 4).

Alcaldías como la de San Pedro Nonualco no tiene la facilidad para enfocar grandes presupuestos en publicidad como las dos alcaldías antes mencionadas, pero si se tiene la necesidad de comunicación visual y de desarrollar estrategias publicitarias que permitan al municipio tener competitividad con respecto a los municipios aledaños, en San Pedro Nonualco se están impulsando proyectos que no poseen mucha visibilidad fuera de las mismas fronteras del municipio, es aquí donde está la necesidad de comunicación visual que beneficiará en gran medida a los emprendedores y empresarios del municipio.

2.1.2 Evento festivo Noches Pachangueras Sampedranas un proyecto nuevo con potencial turístico.

En San Pedro Nonualco se realizan eventos como la feria de la fruta que cuenta con reconocimiento a nivel nacional e internacional, el reconocimiento que actualmente tiene es porque se ha desarrollado por 16 años, de igual manera se desarrollan otros eventos como las festividades religiosas titulares, las festividades de semana santa y las fiestas patronales, estas actividades benefician a San Pedro Nonualco como municipio, para los comerciantes son importantes alternativas que mejoran su economía y para las expresiones culturales estos

eventos son vitales porque mantiene vivas las tradiciones y la identidad del municipio.

Los eventos mencionados se realizan en los meses de enero, febrero, marzo y junio, conociendo el buen acogimiento que tiene estos eventos la alcaldía municipal se propone incluir cada último sábado de los meses de abril, mayo, julio, agosto, septiembre, octubre y noviembre el evento Festivo Noches Pachangueras Sampedranas, de esta manera se está incluyendo todos los meses un evento que vuelva más dinámica la economía local del municipio.

Noches Pachangueras Sampedranas es un proyecto relativamente nuevo, inicio en los últimos meses del 2014 impulsado por la municipalidad de la gestión anterior y tenía como nombre las Noches de Ronda, la entrada en campaña electoral por parte de los diferentes partidos políticos detuvo el evento, fue hasta septiembre de 2015 que se retoma con un nombre diferente (Meléndez, 2015).

Para entender mejor como se desarrolla el evento y que potencial tiene se utilizó como herramienta de análisis la guía de observación

2.1.2.1. Análisis del evento utilizando la guía de observación.

La observación participativa permite ver el potencial que tiene como evento social cultural, pero también se analizaron los aspectos que en dicho evento hacen falta como por ejemplo las actividades culturales, la falta de una buena organización, la necesidad de una campaña de comunicación visual y una señalización adecuada (identificación de parqueo, baños, zonas de comida, etc.

El desarrollo de una guía de observación tuvo como objetivo principal el de identificar los aspectos gráficos actuales dentro del evento (Logo, cartelera, rótulos, señalética. etc.).

Verificar el esfuerzo de promoción por parte de la alcaldía, la participación de los ciudadanos y la participación de los sectores culturales y sociales dentro del evento (ver guía en anexo 5).

Se buscaba verificar que el material publicitario actual del evento motiva a la gente a participar dentro de las actividades, en el evento no se observó material gráfico que hiciera referencias a dicho evento, al profundizar más sobre búsqueda de una imagen que representara el evento se encuentro un diseño dentro de la fan page de San Pedro Nonualco, pero es reconocible que dicho diseño no son elaborados por profesionales y no existe una línea gráfica, en la mayoría de los casos el mismo personal de la municipalidad junto con el personal en cargado de redes sociales crean contenido para la página de Facebook oficial de la alcaldía, dicho material gráfico cuenta con serias deficiencias en lo que respecta a estructura básica de diseño.



Esto son de los primeros intentos de cartelaría que se observan para el evento, el no tener una línea gráfica continua permite ver como el evento no tiene una

Estrategia publicitaria clara pero es importante destacar que la alcaldía, los comerciantes y los sectores culturales se muestran con la disposición de implementar dicha estrategia a futuro dentro de los eventos, el real interés por parte de los sectores participantes permite tener la libertad de generar una propuesta práctica para el evento.

Con respecto a la parte gráfica representativa dentro del evento no se refleja en ningún momento ni al desarrollarse, ni en los días previos salvo una pancarta que hace referencia a la actividad.



2.1.2.1:2 Pancarta Noches Pachangueras Sampedranas, 2015, Fotografía por: Oscar Moreno, Fuente: Grupo de trabajo.

No se tiene señalización para parqueos, baños o zonas de comida, absolutamente nada que haga referencia al evento dentro del mismo.

El segundo criterio era el de verificar si se observan actividades de interés al público, dentro del primer evento hubieron pocas ventas de comida a pesar de que eran 16 los vendedores inscritos para participar, es importante destacar que durante ese primer evento estaba finalizando la temporada de lluvia del país por lo que durante horas previas al evento habían caído pequeñas lloviznas, el clima genero desconfianza en los vendedores de comida y fue una de las razones por las que hubo pocas ventas además de ser el primer evento dentro de la gestión del alcalde Lic. José Alfredo Hernández y el consejo municipal actual.

Es importante destacar que no había otro tipo de ventas con respecto a artesanías y producción artística, el evento no tenía diversidad en lo que se ofertaba.



2.1.2.1:3 Emprendedores y comerciantes Noches Pachangueras Sampedranas, 2015, Fotografía por: Karla Gómez, Fuente: Grupo de trabajo.

La música junto a la gastronomía fueron las únicas dos actividades que se desarrollaron dentro del evento, se tuvo la participación del solista Mauricio Barahona quien tuvo un papel protagónico debido a que gustó mucho al público y participo un grupo de mariachi llamados “los Traileros del Norte” Se tenía programado un tercer grupo que era jóvenes del municipio que cantarían música de genero del Reggaetón, pero por falta de tiempo no se logró concretar la participación de estos jóvenes.



2.1.2.1:4 Artistas musicales Noches Pachangueras Sampedranas, 2015, Fotografía por: Karla Gómez, Fuente: Grupo de trabajo.

Se observa pocas actividades donde se involucre la juventud del municipio o actividades que generen un ambiente familiar donde adulto y niños puedan divertirse.

el tercer criterio que se estableció era determinar si había una participación ciudadana, en este punto no se tenía forma de medir la cantidad de personas que asistieron más que la observación, a través de ella se verifico una participación

significativa de las personas, debido a que las sillas que se habían dispuesto para las personas no dieron abasto, según el resumen de gastos proporcionado por la alcaldía fueron 50 sillas las que se alquilaron en este primer evento (ver anexo 4), hubo una buena cantidad de personas de pie durante la mayor parte del evento lo que generó una buena impresión.

Con respecto al cuarto y quinto criterio son complementarios, se establecieron así: promueve la alcaldía el evento; se destaca la importancia del evento en el municipio

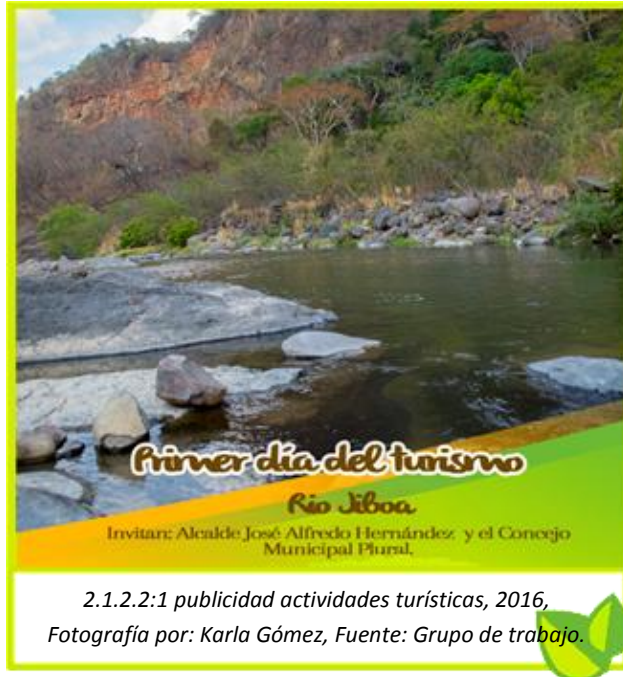
Como se mencionó anteriormente, en una de las entradas principales por donde circulan buses que llegan de la zona de Zacatecoluca solo se encontró una pancarta referente al evento, pero se escuchó por parte del equipo de investigación en reiteradas ocasiones como se le dio publicidad al evento por medio de el altavoz de la alcaldía, además se tiene el apoyo de Los Nonualcos una ONG que busca impulsar el turismo en la región la el municipio de la paz, dicho apoyo se da por medio de la publicidad por redes sociales, a pesar de que la alcaldía de San Pedro Nonualco busca dar visibilidad al evento no cuenta con estrategias adecuadas ni con una imagen corporativa bien definida para el evento lo que limita mucho los beneficios que se puede obtener de la publicidad.

Como último criterio dentro de la guía de observación está el de verificar la organización del evento, existe una falta de personal que ayude al momento del montaje, de seguridad, o personal que ayude a dar información a los visitantes por ejemplo de la ubicación de parqueos o baños, además no existe un esquema básico que refleje las actividades que se realizaran el día del evento.

2.1.2.2 Análisis de la entrevista realizada a Oscar Rene Meléndez Arias encargado del área de turismo de la alcaldía de San Pedro Nonualco.

Es importante conocer la proyección de la alcaldía con respecto al evento festivo Noches Pachangueras Sampedrinas y otras actividades en relación a los aspectos turísticos y culturales del municipio.

Oscar Rene Meléndez Arias es el encargado de la organización y ejecución de los eventos festivos que se realizan en el municipio, fiestas patronales y actividades de esparcimientos familiares, es el encargado de proponer actividades



2.1.2.2:1 publicidad actividades turísticas, 2016,
Fotografía por: Karla Gómez, Fuente: Grupo de trabajo.

que proyecten al municipio turísticamente, dentro de las propuestas a destacar está el Agro mercado que se plantea realizar para enero de 2017 es un evento que busca potenciar la venta de la fruta cosechada en el mismo municipio y el denominado primer día del turismo en el cual se visitó el rio Jiboa y se presentó dicho evento como un recorrido eco turístico.

Como uno de los principales municipios que producen gran variedad de frutas se busca potenciar este aspecto para que turistas de los municipios y departamentos vecinos puedan llegar a comprar a cualquier hora del día y encontrar una buena variedad de frutas.

Con lo que refiere al evento festivo Noches Pachangueras se proyecta realizar el evento una vez cada mes para el año 2016, salvo los meses donde están las festividades tradicionales como la feria de la fruta, la semana santa, las fiestas titulares, etc.

Además, se plantea incluir a otros sectores sociales del municipio para diversificar las actividades que se desarrollan dentro del evento.

2.1.3. Análisis de encuestas.

Las encuestas tienen como objetivo principal conocer las necesidades reales de San Pedro Nonualco en cuanto a potenciar el turismo y el evento Festivo Noches Pachangueras Sampedranas, basándose en la opinión de los lugareños y de los participantes del evento, de igual forma la información recopilada servirá para fundamentar los elementos gráficos a utilizar dentro de la propuesta de marca e imagen del evento festivo.

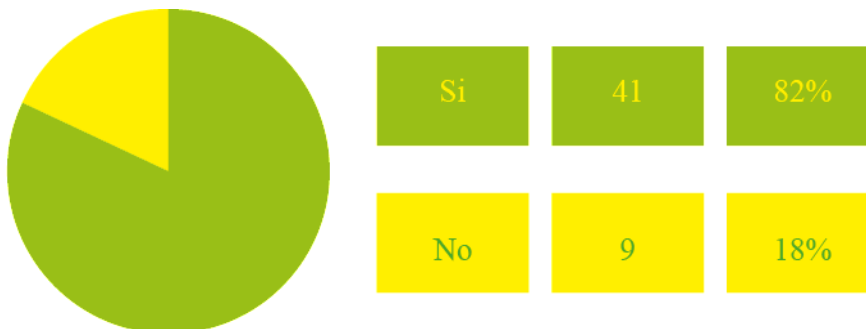
2.1.3.1 Encuesta realizada los residentes del municipio de San Pedro Nonualco, en el casco urbano.

Se busca tener una opinión sobre el posible potencial económico del evento festivo y de otros atractivos turísticos de San Pedro Nonualco y sobre la necesidad de una marca o logo (encuesta Anexo 6).

Con base en esto se plantea la primera pregunta así:

1. Cree usted que es importante tener un evento cada fin de mes en San Pedro Nonualco que ayude a la economía local.

Con esta pregunta se buscaba verificar si las personas del casco urbano validaban este tipo de eventos y su importancia, la encuesta refleja que hay una amplia aceptación de los eventos festivos y de la importancia que estos pueden tener si se realizan todos los meses, el porcentaje de aceptación es de 82% contra el 18% que respondieron de forma negativa la encuesta.



2.1.3.1 Gráfico 1.

2. ¿Cree usted que los comerciantes en el evento festivo Noches Pachangueras Sampedranas ofrecen diversidad de producto?

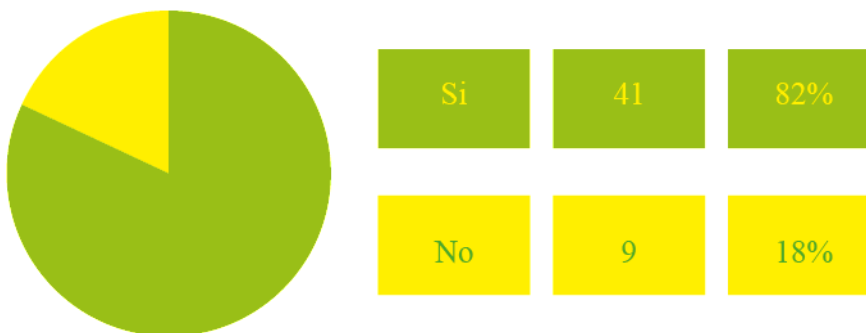
La guía de observación nos arrojó resultados sobre la diversidad de productos que se encuentran en el evento, con la encuesta se busca tener un segundo punto de vista con respecto a este tema, encontramos al 44% de encuestados que opinan que hay diversidad de productos y servicios dentro de los eventos festivos, aunque según la encuesta el 40% solo considera que es aceptable la diversidad, por tanto ambos resultados reflejan un margen muy pequeño de diferencia.



2.1.3.1 Grafico 2.

3. Considera usted que la publicidad puede llegar a contribuir de forma positiva al buen desarrollo de los eventos festivos.

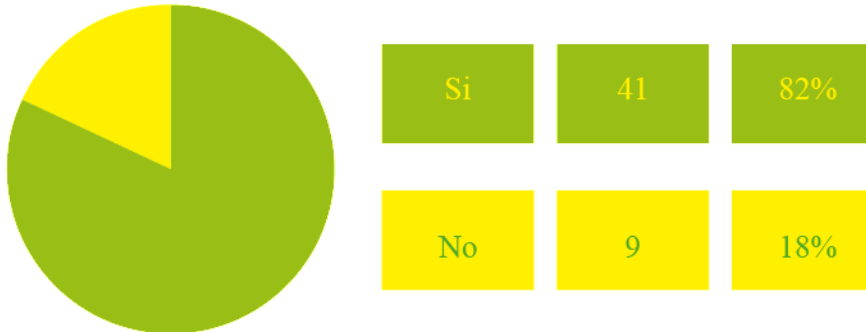
Al igual que en la primera pregunta el 82% avala el valor que puede dar la publicidad al aplicarla a los eventos, aunque surge nuevamente un 18% que da un punto de vista negativo para el posible aporte de la publicidad.



2.1.3.1 Grafico 3.

4. ¿Considera importante darles publicidad a los atractivos turísticos de San Pedro Nonualco?

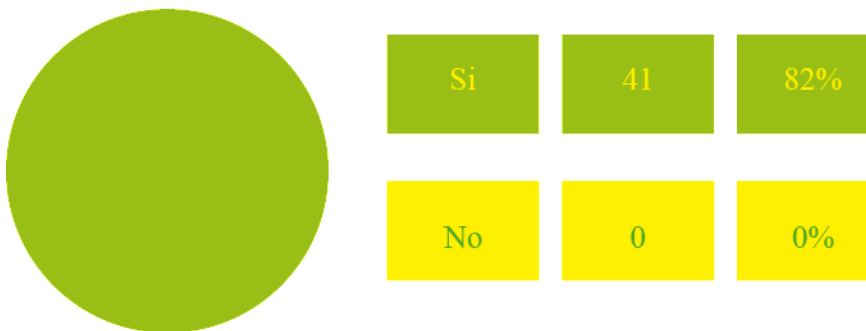
La encuesta es consistente en lo que respecta a nivel de aceptación de la importancia que puede llegar a tener la publicidad para las diferentes actividades festivas que se desarrollen en el municipio.



2.1.3.1 Grafico 4.

5. ¿Cree que es importante que el municipio tenga una marca o logo turístico para los futuros eventos festivos que se realicen?

La encuesta muestra un resultado contundente, el 100% de las respuestas demuestra que, si es importante una marca para los eventos o para el turismo en general del municipio, tomando como punto de partida esta pregunta se plantean las siguientes para tener una base de posibles elementos a utilizar en la marca del evento festivo Noches Sampedranas.



2.1.3.1 Grafico 5.

6. ¿Qué colores le gustaría que apareciera en la marca o logo turístico de San Pedro Nonualco?

Los resultados del sondeo presentaron varias opciones de colores que se podría utilizar para la marca el de mayor porcentaje es el color verde con un 44% seguido por el amarillo con un 40% las otras opciones tienen porcentajes muy bajos para poder ser utilizados dentro de la propuesta a presentar además se encuentran alejados de los conceptos que se utilizarán para la propuesta.



2.1.3.1 Gráfico 6.

7. Mencione una fruta que identifique a San Pedro Nonualco.

Para darle validez a la propuesta se retoman los resultados de la encuesta la cual refleja que el 78% de los encuestados mencionó la naranja dentro de las respuestas que dieron, la segunda fruta más mencionada fue la mandarina, aunque con un porcentaje muy pequeño del 8%, con estos datos se da solidez a la propuesta del proyecto.



2.1.3.1 Gráfico 7.

8. ¿Cuáles son los lugares en San Pedro Nonualco que considera que tiene mayor atractivo y potencial turístico?

Los atractivos turísticos físicos del municipio se utilizaron para la publicidad por tanto era importante retomar los atractivos más reconocidos dentro de la misma población, los resultados de esta interrogante fueron claros pues el 30% considera que el río Jiboa tiene el mayor potencial para ser un destino turístico referente en el municipio, seguido de un 22% perteneciente a la Finca agro eco turística de Don Otoniel, es sorprendente que la iglesia se ubique en un tercer lugar con un 18%, pues la iglesia es reconocida por su estilo colonial.



2.1.3.1 Gráfico 8.

9. A su punto de vista, ¿Qué aspectos deben mejorarse en el municipio de San Pedro Nonualco para atraer turistas?

Los resultados obtenidos nuevamente dan legitimidad a la publicidad como la mejor opción para promover al municipio de San Pedro Nonualco de forma turística, con un 42% de personas respondieron que la publicidad es el primer aspecto a mejorar para atraer turistas, otro aspecto importante a mejorar dentro del municipio son los alojamientos para posibles turistas según lo refleja el 22% de los encuestados, un 14% indica que deberían crearse rutas turísticas que conecten varios atractivos turísticos del mismo municipio de San Pedro Nonualco y un igual porcentaje considera que deberían mejorarse las carreteras y calles del municipio, con el menor porcentaje de tan solo 8% indicaron que la seguridad era un punto a mejorar.



2.1.3.1 Gráfico 9.

Una vez recopilado los datos de entrevista y de las encuestas se pasa a la etapa de propuestas por parte del equipo de investigación.

2.2. Planificación de actividades y contenidos para el evento “Noches Pachangueras Sampedranas”

Dentro de la propuesta están descritas las actividades culturales, económicas y turísticas que se buscan desarrollar para el evento festivo, para establecer dichas actividades se tomó en cuenta la entrevista realizada a Oscar Rene Meléndez Arias encargado de la organización y ejecución de los eventos festivos que se realizan en el municipio, la entrevista permitió establecer parámetros de contenido de cada actividad que estarán puntualizadas en una página que se utilizará como base para la organización del evento festivo.

Para el diseño de las actividades se buscó las alternativas más viables para el municipio tanto en el aspecto económico como en el aspecto de infraestructura y atractivos turísticos de la zona, en este último punto es importante destacar la proximidad de los atractivos turísticos con respecto al casco urbano del municipio de San Pedro Nonualco esto permite darle más dinamismo al programa que se plantea.

El punto de interés del recorrido se genera en el evento festivo Noches Pachangueras Sampedranas, dentro del mismo se destacara las actividades culturales (música en vivo, exposiciones artísticas, etc.) así también como la

venta de productos y platillos elaborados por emprendedores y Micro empresarios del municipio.

Tabla 5: Esquema propuesto para actividades de evento festivo Noches Sampedranas

	Actividad	Hora
1	Recibimiento de turistas frente a la alcaldía municipal de San Pedro Nonualco	2:00pm
2	Acto de bienvenida	2:15pm
3	Palabras de bienvenida por José Alfredo Hernández, Alcalde Municipal	
4	Entrega de distintivos para los turistas (camisas, botella para agua, tazas, pines, etc.)	2:25pm
5	2 números artísticos culturales	2:35pm
6	Inicio de recorrido por la finca Finca agro turística Don Otoniel	2:45pm
7	Visita a Polideportivo Municipal donde podrán disfrutar de las instalaciones, cuenta con Piscinas, cancha de futbol grama natural; además amplias zonas verdes y zonas de juegos para niños	4:00pm
8	Tarde típica frente Alcaldía Municipal (a la venta antojitos típicos)	6:00pm
9	Danza por parte de los Historiantes	
10	Grupo de Reggaetón (Jóvenes del municipio)	6:30pm
11	Batucada (Jóvenes del Municipio)	7:30pm
12	Intermedio (Rifa, Concursos, momento para cenar, etc.)	8:30pm
13	Artista o Grupo principal	9:00pm
14	Actividad de cierre (fuegos artificiales, torito pinto, globos aerostáticos, palabra de cierre, etc.)	11:00pm
<p>NOTAS: Ropa cómoda ya que el clima es cálido, gorra, sombrero o algo para protegerse del sol, traje de baño (al hacer uso de las piscinas). El grupo de turista saldría de la actividad a más tardar a las 9:00pm</p>		

La importancia de este esquema radica en que los diferentes sectores tienen una base para discutir y proponer actividades dentro del evento sin afectar o modificar la estructura propuesta y siempre tomando en cuenta que la visita al polideportivo servirá como actividad de gancho lo que permitirá generar el interés de visitantes de fuera del municipio de San Pedro Nonualco.

El esquema anterior es un pequeño aporte en función de una mejor organización para el evento, pero el principal aporte de nuestro proyecto al evento es el de desarrollar una imagen corporativa y la puesta en marcha de una campaña que permita darle mayor dinamismo a la publicidad del evento.

2.3. Construcción de la marca aplicada al evento festivo Noches Pachangueras Sampedranas.

Se define en este apartado el aporte que se realizará, el evento contará con actividades culturales y se creará toda la parte de imagen y marca corporativa, para el lanzamiento de la marca del evento se tomará de referencia la guía planteada por Aguirre, Barahona, Cartagena, Castillo (2011, P. 110)

Que plantean seis pasos:

- 1.- Elaboración de objetivos a corto plazo.
- 2.- Identificación de necesidades básicas y potenciales problemas.
- 3.- Creación de carpeta corporativa.
- 4.- Catálogo de medios publicitarios básico para utilizarlos según su viabilidad.
- 5.- Creación de la campaña.
- 6.- Sistema de control.

El proyecto de Noches Pachangueras Sampedranas, presentará la propuesta gráfica en base a factores culturales, teniendo en cuenta la utilización elementos de las encuestas antes mencionada y basándonos en una investigación previa para conocer el potencial turístico de San Pedro Nonualco se distribuirá la información gráfica de manera que mantenga una estructura que guie al espectador a captar el mensaje de forma óptima.

2.3.1 Desarrollo de guía de estrategias publicitarias para el lanzamiento de marca.

Antes de iniciar con la construcción de la propuesta de marca es vital definir puntos sobre el evento y la forma que se planea realizar el lanzamiento de la marca.

En apartados anteriores se mencionó que se utilizará la herramienta llamada guía de Estrategias Publicitarias para el lanzamiento de Marca, en base a lo expuesto anteriormente iniciaremos con la propuesta de objetivos del evento, es importante aclarar que dichos objetivos responden a las necesidades observadas durante las etapas iniciales del proyecto.

2.3.1.1 Objetivos del evento festivo Noches Sampedranas.

Objetivo General:

- Implementar actividades turísticas, culturales y artísticas en las cuales la familia se divierta sanamente y que al mismo tiempo se impulse la economía local.

Objetivos específicos:

- Planificación de una guía turística recorriendo los principales atractivos culturales de San Pedro Nonualco.
- Desarrollar actividades eco turísticas como caminatas o visitas al polideportivo con el objetivo de impulsar los atractivos turísticos de las zonas aledañas al casco urbano.
- Dar a conocer las costumbres de San Pedro Nonualco
- Impulsar talleres artísticos enfocados en la participación de los niños con sus padres.
- Implementar shows infantiles (payasos, revienta piñatas, pintas caritas, etc.)
- Promover la comercialización de los diferentes productos que fabrican los microempresarios, emprendedores y artesanos del municipio y como valor agregado establecer un día más de comercio en la semana.

2.3.1.2 Identificación de las necesidades y potenciales problemas.

Con respecto a la identificación de las necesidades y posibles problemas de la propuesta, se plantearán de manera que se pueda prever cualquiera de estos elementos problemáticos.

Es importante destacar también las fortalezas para mantener un enfoque definido de lo que se quiere lograr con el proyecto.

Tabla 6: Cuadro para identificar las ventajas y desventajas del proyecto.

Ámbito	Fortaleza	Debilidad
Económico	Buscar que la alcaldía invierta en el desarrollo cultural, turístico y económico del municipio por medio de la publicidad.	Se da prioridad a la inversión de otros tipos de proyectos.
	Se pretende tener resultados medibles para presentarlos al señor alcalde y al consejo municipal, con resultados positivos se mostrará la importancia que tiene este tipo de proyectos publicitarios para el municipio y para los eventos festivos que se impulsan, todo con el fin de que se genere un interés por invertir.	Actualmente se invierte poco en este tipo de iniciativas, lo que dificulta el óptimo desarrollo de la misma.
Competencia	Destacar el aspecto de identidad cultural del municipio y sus atractivos turísticos.	Ser absorbidos por la propuesta turística de otros municipios.
	Buscar siempre destacar en las diferentes actividades que se desarrollan dentro de los eventos y con apoyo de la marca publicitario impulsada en este proyecto.	Problemas con la logística del evento y que la publicidad no genere el impacto deseado.
Publicidad	Crear una marca publicitaria sólida, funcional, que sea bien recibida por el público y sobretodo que sea medible.	Que el impacto no sea medible o que no tenga buena aceptación.
	Definir los medios más idóneos para transmitir el mensaje.	Que la publicidad pase desapercibida por no tener el canal de comunicación correcto.
Protocolarias	Contratación de personal de apoyo para el desarrollo del proyecto.	Falta de capital humano en el municipio.
	Puntualizar en las actividades publicitarias a desarrollar.	No tener objetivos, metas que definan el enfoque publicitario para el evento.

2.3.1.3 Creación de carpeta corporativa, Conceptualización de marca para evento festivo Noches Pachangueras Sampedranas.

En los últimos años todo lo que se refiere al diseño está en constante evolución, es un mundo que no se detiene para la creación de nuevas marcas, por lo consiguiente existe diversidad de estilos de logos y a continuación se mencionara el estilo que se usó de referencia para trabajar la propuesta para el evento festivo:

Líneas:

Una tendencia fuerte en el recién pasado año 2015 por su estética y elegancia asociada con marcas de prestigio. Utilizar una línea gruesa solamente no es nada nuevo, pero utilizar varias líneas dentro del mismo diseño es algo que llama la atención. Por lo general suele usarse en blanco y negro, con sus excepciones a color que también se ve muy bien. Es un estilo de los años 50's el cual sigue siendo un placer usarse.



2.3.1.3:1 Logos Lineal, 2016, Fuente: www.paredro.com.

Para el diseño de la marca, se investigaron los diferentes estilos que puede tener un logo, el estilo lineal se retomó por sus trazos gruesos, una imagen simple fácil de reconocer y que representa lo más importante del lugar que es la naranja.

A continuación, se tiene algunos ejemplos de marcas vinculadas al turismo que se analizaron y pertenecen a algunos países como

Guatemala y Panamá se utilizaran como referencias para poder comparar sus colores, sus formas, el movimiento, la tipografía, el eslogan y cada uno de los elementos que las componen.

Tabla 7: referencia de marcas turísticas.

Guatemala		Con representaciones simbólicas de lo más importante del lugar como es su naturaleza y su pasado cultural como sus ruinas,
panamá		Una forma simple y lineal, pero al mismo tiempo con movimiento con colores llamativos.
Santa Tecla		“leyenda viva” donde la forma de este logo es un corazón en forma abstracta,
San Vicente		Donde su marca resalta el monumento más representativo del lugar que es la torre de San Vicente situada en el centro del parque Cañas y en la parte central del logo unos cubiertos representando que es un evento de gastronomía.

La construcción de la propuesta de marca e imagen para el evento tiene varias etapas, partiendo desde la búsqueda de información que sustentara el diseño,

Primeramente se dio a conocer la propuesta de nuestro proyecto al consejo municipal de la alcaldía de San Pedro Nonualco, y se utilizó el método de la encuesta para conocer aquellos elementos e información clave del municipio de San Pedro Nonualco, se testeó con los integrantes del consejo municipal presidido por el Lic. José Alfredo Hernández y a personas particulares del casco urbano del municipio, dicha encuesta permitió recopilar información sobre aquellas características particulares que pueden ser diferenciadores con respecto a otros municipios de la zona.



Se tomó en cuenta este pequeño grupo porque lo conforman personas que son parte de los diferentes sectores políticos, sociales y empresariales del municipio, otra fuente para la conceptualización es la entrevista realizada al encargado de turismo de la municipalidad de San Pedro Nonualco, quien nos aportó ideas visionarias que tiene sobre el evento de las Noches Pachangueras Sampedranas, las cuales nos permitieron adaptar el diseño de la marca a las actividades tradicionales del evento y también a las posibles futuras actividades que se organicen dentro del mismo.

Por último tenemos la observación como fuente de información destacando aquellas características geográficas, económicas y culturales del municipio, toda esta etapa con la finalidad de presentar una propuesta que representara al evento festivo del municipio de San Pedro Nonualco.

2.3.1.4 Construcción de línea gráfica aplicado a la marca de evento

Noches Sampedranas.

Después de la recopilación de datos inicia la etapa de identificación y conceptualización de aquellos elementos que más destacan dentro de las fuentes de información, dentro de estos elementos destacan la naranja que es la fruta que más se cultiva en la zona, por lo mismo es la que más se comercializa tanto dentro del propio municipio como fuera, y por esto es fuente de orgullo dicho fruto para el municipio.

En la realización se abordan otros elementos incorporados dentro de la propuesta que son resultado del análisis de las encuestas, de la observación dentro del evento y de la conceptualización de lo que se quiere mostrar del mismo, la luna por ejemplo es un elemento conceptual que se utilizara para hacer alusión a la nocturnidad que caracteriza al evento.

Los dos elementos antes mencionados son los principales, pero dentro de la etapa en la cual se realizaron los bocetos de la propuesta se incluyeron otros elementos que hacen referencia a aspectos culturales, gastronómicos, musicales, etc. y para eso se realizó un recorrido para recopilar información fotográfica.



2.3.1.4:1 Imágenes de referencia, 2016, Fotografía por: Karla Gómez, Fuente: Grupo de trabajo.

En las primeras propuestas se destacó a la naranja como elemento principal de la marca, y estaba acompañado de otros elementos cuyo motivo era destacar la

naturaleza del evento, el colorido era variado enfocándonos en dar una imagen alegre a la marca.

Con respecto a la primera propuesta se realizó prueba de colores con las siguientes propuestas se trabajaron en monocromático, de este modo se inicia la transformación de la marca en un solo color que será la base para las posteriores propuestas.



Dentro del segundo grupo de propuestas están elementos que se retoman de los anteriores propuestas, aquí vemos un marcado cambio en cuanto a estilos pues se venía trabajando una propuesta más cargada de elementos para posteriormente retomar dos elementos y en bases a eso trabajar un logo más sobrio y con tendencia a un logo lineal, este estilo permite crear marcas más sencillas y reconocibles, retomamos más la forma de la naranja y en una retomamos la forma curva de una luna menguante para ilustrar que el evento es nocturno a continuación otras de las propuestas realizadas por el equipo de trabajo.



Dentro de la conceptualización de la propuesta elegida se destaca al elemento más sobresaliente que es la naranja por la importancia que dicho fruto tiene en la parte económica del municipio, la luna es en representación de la esencia nocturna en la que se desarrolla el evento si bien se toma parte de la tarde para el desarrollo de actividades, es en la noche que se recibe una mayor cantidad de gente y el evento termina normalmente a la media noche, la hoja que esta sobre la naranja hace referencia al aspecto agrícola del municipio, siendo la siembra de frutas y café lo que más cosechan los agricultores que viven en San Pedro Nonualco.



Los conceptos antes mencionados se representan en formas simples y de fácil reconocimiento teniendo como base la forma circular, pero denotando dinamismo con la inclinación de la marca. Teniendo la marca ya definida procedemos al desarrollo de los elementos que acompañarán a la misma, es decir la construcción de la línea gráfica con la cual se busca fortalecer aquellos elementos conceptuales del evento festivo Noches Pachangueras Sampedranas.

Como la buena elección de la tipografía que es uno de los componentes de la marca que le da su carácter a la imagen.

La tipografía utilizada en todo diseño para una marca es importante y debe seleccionarse cuidadosamente teniendo en cuenta desde en que soporte se imprimirá hasta los canales de comunicación que se utilizarán para promover la marca, para el evento festivo Noches Pachangueras Sampedranas fue elegida una tipografía dinámica y alegre que acompañe al diseño que es lineal y da movimiento a la marca, la tipografía que fue seleccionada es Oliver_demo.ttf



Propuesta de cambio para el nombre del evento.

Propuesta 1 Noches turísticas-cultural.

Propuesta 2. Noches Sampedranas.

Propuesta 3 Noches gastronómicas.

Al momento de presentar el diseño final, se les propuso el nombre y el consejo municipal acordó en cambiarla a “Noches Sampedranas” pues se sienten identificados y orgullosos del término “Sampedranos” además este término aporta al aspecto de identidad.

Así es como el evento actualmente se llama “Noches Sampedranas”, dándole un giro al concepto del evento por medio del nombre.

Elección de colores para la propuesta de marca y el significado de los colores:

Toda la línea gráfica tiene colores que identifican o caracterizan el producto o un lugar, y así mismo los colores utilizados para darle vida a esta marca son colores que van acompañados con el lugar, con su producción de cítrico y del mismo evento los colores que se utilizaron los describiremos a continuación con sus respectivos pantone:

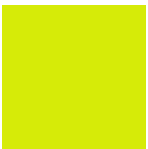

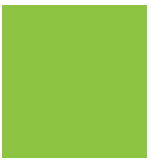
color	Imagen	Explicación	Pantone
Verde Claro		Es por la similitud al color de la naranja, el limón y la piña, color cítrico.	R: 214 G: 235 B:8 C: 33 M: 0 Y:99 K:0 #d6eb08
Anaranjado		Color representativo del fruto y así mismo es para darle armonía y romper con los verdes que se utilizan.	R: 250 G: 187 B: 0 C: 0 M:36 Y:95 K:0 #fabb00
Color verde oscuro		El color que predomina es el verde sugiriendo la humedad, fresca, vegetación, que simboliza la naturaleza y el crecimiento.	R:141 G:196 B:66 C: 65 M: 0 Y:95 K:0 #8dc442

Tabla 8: Línea gráfica.

2.3.1.5 Propuesta de slogan turístico aplicado al evento festivo.

Toda marca tiene un slogan que es el reflejo que la empresa o producto refleja hacia el mercado, en el caso del eslogan describe el lugar o el atractivo turístico en pocas y sencillas palabras, como por ejemplo en Centroamérica han apuntado al turismo para fortalecer su economía y explotar sus recursos naturales tenemos algunos slogans de referencia:

Honduras: “Todo está aquí”

Costa Rica: “Sin ingredientes artificiales”

El Salvador: “Impresionante”

Dentro de la encuesta realizada a los habitantes de San Pedro Nonualco se incluyó una pregunta para que ellos describirían a los Sampedranos o a San Pedro

Nonualco en una palabra, los resultados se utilizaron para proponer slogan y para fundamentarlo conceptualmente.

Slogan:

Propuesta 1: Cultura y Gastronomía.

Propuesta 2: Caminando hacia la cultura.

Propuesta 3: Gente y Cultura por conocer.

Propuesta 4: Gente Amigable y Cultura por conocer.

Elegido por grupo de trabajo:

Propuesta: Gente y cultura por conocer.

El concejo municipal junto al alcalde José Alfredo Hernández decidieron dejar el slogan que se había estado utilizando el cual es: La capital de la fruta.

Ya que se tiene todos los componentes que deben tener la marca, se da paso a la creación del diseño de promocionales que servirán así mismo para darle publicidad al evento, se rifarán paquetes con promocionales a personas del mismo lugar o de turistas que visiten el evento.

2.3.1.6 Artículos promocionales.

Los artículos promocionales son un buen apoyo al momento de posicionar la marca, algunos promocionales se utilizarán para identificar a los que están apoyando al evento de una manera económica o brindando artículos con la marca, así también es una buena manera estratégica de publicidad pues las personas que asistieron al evento y las obtuvieron participando en las actividades que se realizaron durante el evento al salir de San Pedro Nonualco e indirectamente mostrar nuestra marca.



2.3.1.6:1 Promocionales, 2016, Fuente: Grupo de trabajo.

Muchas de las empresas necesitan publicidad de una forma fácil y económica así que es una buena opción de presentarles proyectos que puedan apoyar y a cambio podemos brindarles esa publicidad.

Para el evento Noches Sampedranas y para pedir apoyo a las empresas se diseñó diferentes artículos promocionales para poder regalarle al público asistente a continuación algunos de los diseños elaborados por el

grupo de trabajo:

2.3.1.7 Creación de señalética.

La señalización tiene como función principal guiar a las personas a puntos de interés previamente seleccionados, en el evento existe una necesidad de señalización adecuada apoyándose de símbolos de fácil comprensión, la señalización tiene que ser dinámica, llamativa y ubicada en lugares estratégicos visibles para las personas.



2.3.1.7:1 Señalética, 2015, Fuente: Grupo de trabajo.

La elaboración del diseño se realizó siguiendo la línea grafica previamente establecida, se incluyeron detalles que hacen referencia a la marca y los colores institucionales:

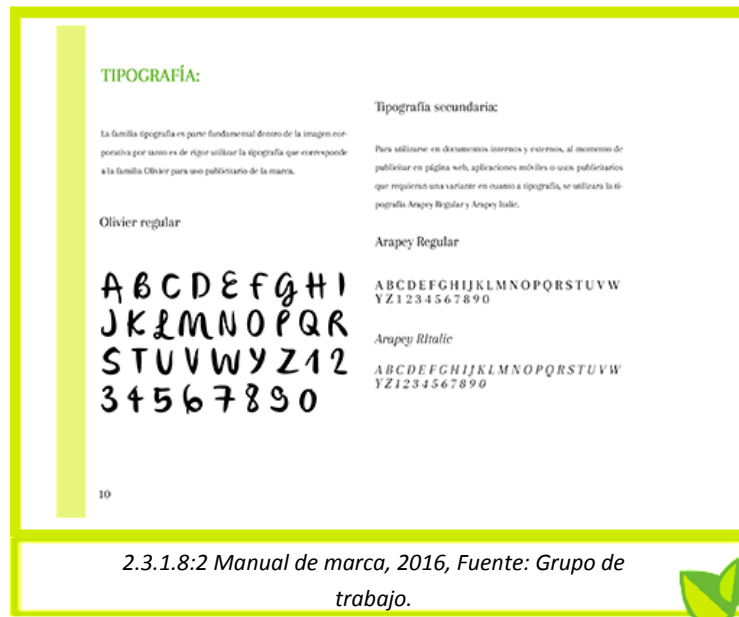
2.3.1.8 Muestra de manual de marca aplicado al evento festivo Noches Sampedranas.



2.3.1.8:1 Manual de marca, 2016, Fuente: Grupo de trabajo.

El manual de marca es importante pues sirve para la adecuada ejecución de la imagen gráfica, desde el tamaño, los colores establecidos para la imagen, como debe utilizarse y las diferentes aplicaciones.

Una de las partes importantes de la marca además de los colores es la tipografía, en el manual se especifica puntualmente que tipo de letra en sus diferentes formas como la tipografía en mayúsculas y la numeración, pues al



2.3.1.8:2 Manual de marca, 2016, Fuente: Grupo de trabajo.

momento de ser utilizada en diferentes medios publicitarios tiene que seguir cada uno de los parámetros establecidos en esta manual.

Al momento que la imagen gráfica es pasada a ser estampada en camisas, tazas, bolsos etc. Los colores pueden variar por ende en el manual se establecen la muestra de los colores ya establecidos para que por ningún motivo se puede cambiar.



2.3.1.8:3 Manual de marca, 2016, Fuente: Grupo de trabajo.

El tamaño es una parte muy delicada al momento de manipular la imagen pues se plasman en artículos de diferentes dimensiones, en el manual también se encuentra la forma correcta e incorrecta de ser utilizada.

Así también tiene un apartado de los objetivos elaborados para el evento Noches Sampedranas pues anteriormente no se tenía, junto con los objetivos se incluyen una serie de plantillas publicitarias que servirán para seguir utilizando la línea gráfica en la publicidad.



2.3.1.9 Presentación y validación de la propuesta gráfica.

La propuesta se presentó al señor alcalde José Alfredo Hernández y el consejo municipal con la finalidad de aprobar la utilización de la marca en la publicidad, también se presentó la propuesta al grupo de emprendedores y microempresarios



2.3.1.9:1 Presentación de la marca, 2016, Fotografía por: Karla Gómez, Fuente: Grupo de trabajo.

que son parte del recién creado comité de turismo, el concejo municipal dio observaciones, pero fueron más detalles pequeños, una vez solventado esos cambios se pudo iniciar la campaña publicitaria.

2.3.2 Catálogo de medios publicitarios.

Para la selección de medios se buscó que fueran económicamente viables, que llegarán un número de personas amplio y que sobre todo nos permitiera medir el impacto de la campaña.

Tabla 8: El catálogo comprende los siguientes medios:

BTL	ATL
Facebook	Radio
YouTube	Volanteo
Twitter	Publicidad exterior
Perifoneo	Periódicos
Red de contactos empresariales	Revistas
	Televisión (programas de noticias)

En el catálogo esta puntualizado cada medio según el orden de importancia que tendrá para la promoción de la marca, es decir que nos enfocaremos en una publicidad para redes sociales donde Facebook será nuestro medio de comunicación principal.

Facebook según el análisis planteado en *El Nuevo Impacto de las Redes Sociales, Analitika Market Research. Pág. 6. 2015*. Es la red social más utilizada en El Salvador, el 98.6% de las personas que utilizan redes sociales tiene preferencia por Facebook.

En este análisis también se presenta la red social YouTube como la segunda más utilizada por los salvadoreños y la tercera mejor posicionada es Twitter, siguiendo este orden de importancia es que se planifico enfocar la publicidad del proyecto en dichas redes sociales.

Además, se tomó en cuenta que el usuario salvadoreño promedio utiliza 4.75 redes diferentes, pero para la publicidad del proyecto solo utilizaremos las tres redes más populares.

Como se mencionó en apartados anteriores se enfatizará mucho en la utilización de fotografías para promocionar los atractivos turísticos, la audiencia en redes sociales prefiere contenido altamente visual ya sea fotos o videos, por tanto aquí radica la importancia del contenido con un atractivo diseño enfocado en las imágenes.

Con respecto a la actividad comercial que desarrollan los usuarios de redes sociales encontramos que uno de cada tres mantiene algún tipo de relación con las marcas salvadoreñas, entre las interacciones más destacas están las de seguir la marca, comprar, comentar o compartir publicidad y contactar al servicio al cliente.

En este sentido se utilizará la red social en su aspecto comercial y publicitario, en cuanto a que se buscara conectar a los usuarios con el proyecto, teniendo una comunicación bidireccional que pueda retroalimentar sobre las actividades que

se están desarrollando, además permitirá sistematizar la cantidad de personas a las que llegara la publicidad del evento.

Ya se tiene en fase inicial el montaje de la fan page en Facebook, se acompaña con artes donde se destaca los aspectos turísticos físicos del municipio, en el ejemplo la parroquia San Pedro Apóstol y se dio publicidad a un evento que se realizó el 14 de febrero de 2016, si bien la fan page es para darle publicidad al evento festivo Noches Sampedranas se toma a bien darle publicidad a otros eventos siempre del municipio de San Pedro Nonualco.

El perifoneo se utilizará por ser un medio tradicional de publicidad que se emplea en el municipio, es un medio interno usados para llegar a los habitantes del casco urbano de San Pedro Nonualco, con este medio no se puede medir la cantidad de personas a las que llegara la publicidad.

La radio tendrá una misma función que el perifoneo se utilizará una cuña radial para transmitir a un público más amplio, de igual manera no se tendrá forma de medir el impacto de la publicidad.

Con la publicidad en exteriores se buscará dar visibilidad al evento, pero en un entorno geográfico segmentado es decir que la publicidad se ubicará en las zonas aledañas al municipio de San Pedro Nonualco.

Los periódicos serán un recurso de difusión más popular, para llegar a una gran cantidad de personas, se ajustarán las redes sociales a este tipo de publicidad para tener una potencial forma de contabilizar el impacto de la publicidad.

La revista será una forma de publicidad más segmentada donde se pretende llegar a grupos de personas con un más alto porcentaje de poder adquisitivo, se buscará distribuir la revista en lugares o eventos culturales.

2.3.3 Creación de la campaña aplicada al evento festivo Noches Sampedranas.

En este apartado expondremos los artes a utilizar dentro de la campaña publicitaria y las generalidades teóricas de la campaña publicitaria.

Los objetivos de la campaña responden a los objetivos del evento festivo Noches Sampedranas.

Objetivo General:

Lograr el posicionamiento de la marca turística del evento festivo Noches Sampedranas.

Objetivos específicos:

- Desarrollar una campaña publicitaria interna en el municipio mediante el uso del medio publicitario denominado perifoneo, volanteo y las redes sociales.
- Relacionar la publicidad a través de las fan page de los artistas contratados para el evento festivo Noches Sampedranas.
- Establecer redes de publicidad en las fan page de instituciones como los Nonualcos.
- Identificar zonas de alto tráfico de gente para colgar pancartas en municipios cercanos a San Pedro Nonualco.
- Detallar en la publicidad las actividades a realizar dentro del evento festivo Noches Sampedranas.

Todas estas actividades van enfocadas en un público específico de personas el cual se detalla a continuación:

Público Objetivo.

Variables demográficas:

Edad: 25 a 50 años

Género: Hombres y Mujeres.

Variables Psicográficas:

Clase social: Media y Media alta.

Personas adultas que buscan una opción turística apegada al aspecto cultural.

Publicidad para redes sociales:

El elemento gráfico que se presenta propone un contacto directo con las personas que utilizan a diario las redes sociales, se busca llegar al público en todo



2.3.3:1 Fan page evento Noches Sampedranas, 2016, Fuente: Grupo de trabajo.

momento, cuando trabajan, cuando hacen deporte y cuando pasan momento de ocio en sus hogares, la facilidad que proveen los teléfonos móviles da la cercanía de los usuarios con las redes sociales.

La fan page presenta artes con temática simplificada, con la marca, los colores institucionales y los elementos culturales que se buscan destacar.

El plan de medios permitirá optimizar los diferentes canales de comunicación que se utilizaran, se realiza una campaña de testeo para identificar las fortalezas y debilidades de cada medio, la campaña iniciara en la primera semana de mayo 2016, con un recordatorio de las actividades que se desarrollaron en los últimos meses del año 2015.

Esta campaña tiene como objetivo revivir las experiencias de las personas que disfrutaron del evento el año pasado, se buscara que los artistas invitados al evento compartan en sus redes sociales de manera que ellos tendrán publicidad y la publicación lograra llegar a un público más amplio.



La tercera semana de mayo se trabajará con publicidad con temática al día de las madres, es importante destacar una temática en la publicidad cada mes y con base en que durante mayo se celebra el mes de las madres se retomó esta temática destacar que es el primer evento del año porque en enero se cancelaron porque recién había pasado las fiestas de fin de año y en febrero se celebraron las fiestas titulares.

La intensidad de la campaña aumentara en la tercera semana buscando con la publicidad exterior colocarse en la mente de los posibles turistas de los municipios y departamentos aledaños a San Pedro Nonualco, las cuñas radiales invitarán cordialmente a las personas a que visiten el evento.

La red de contactos empresariales servirá para poder crear junto con empresas turísticas un paquete para promocionar dentro de los servicios que ofrecen y que puede servir de gancho para que visiten el evento, en el periódico se publicará un pequeño reportaje sobre San Pedro Nonualco, los atractivos turísticos y el evento festivo Noches Sampedranas a manera de reforzar el mensaje que se quiere publicitar con los otros medios.

Las revistas se utilizarán para llegar a un público más selecto, empresarios, alcaldes, presidentes de instituciones públicas, etc. Se entregarán en eventos en los cuales participe el alcalde como reuniones con otros alcaldes, reuniones con personalidades del ámbito político o cultural, etc. El desarrollo de la revista quedara a criterio del señor alcalde y el consejo municipal, de manera que no se contempla en el documento su elaboración.

Tabla 9: Esquematización de plan de medios para mes de mayo

Mes	Mayo	
Fecha	Tipo de campaña	Medios a emplear o estrategia
1 al 7	Campaña intensidad media	Redes Sociales.
8 al 14	Campaña intensidad media	Redes Sociales.
15 al 21	Campaña intensidad alta	Redes Sociales, Publicidad exterior, cuñas radiales, periódicos
22 al 28	Campaña intensidad alta	Redes Sociales, Publicidad exterior, cuñas radiales, periódicos, red de contacto con empresas de turismo.

Al momento de lanzar una campaña es importante tener un sistema de control para poder identificar en un tiempo adecuado posibles anomalías que se estén generando en la publicidad, en el proyecto las redes sociales también tendrán protagonismo en este sentido pues permitirán lanzar encuestas para conocer las opiniones de los participantes del evento o se pueden proponer a través de herramientas que proporciona Facebook que actividades fueron de mayor interés para los participantes.



CAPITULO 3: **PRUEBA PILOTO**

CAPITULO 3: PRUEBA PILOTO

3.1. Aplicación de los aspectos gráficos en la prueba práctica del evento festivo Noches Sampedranas.

En este capítulo se describen las actividades que se realizaron previo, durante y posterior a la prueba piloto, destacando la búsqueda de patrocinio con diferentes instituciones, la puesta en marcha de la campaña publicitaria a través de la fan page de Facebook y de perifoneo en las zonas aledañas al casco urbano del municipio.

Se puntualizan las actividades realizadas el día de la prueba piloto, describiendo desde la participación del artista principal y del porque se eligió dicho artista para el evento, el desarrollo de las rifas de artículos promocionales que se gestionaron con la Caja de Crédito de San Pedro Nonualco, se describe el objetivo y desarrollo del concurso, se destaca la importancia por el aporte cultural y de identidad cultural que aporta al utilizar recursos propios del municipio, otra actividad que se describe en el presente capítulo son las pintas caritas que ayudaron a fortalecer el aspecto familiar del evento.

Seguido de la descripción de las actividades aparece la forma de validación de la prueba piloto, iniciando con una comparación por medio de una fotografía del evento del mes anterior al de la prueba piloto, también se realizó posterior al evento una encuesta se utilizó la red social Facebook por ser la herramienta publicitaria que se utilizó para la publicidad.

Por último, se analiza la encuesta realizada con los emprendedores y microempresarios participantes del evento el día de la prueba piloto.

3.1.1. Presupuesto para la realización de evento festivo Noches Sampedranas.

Para la realización de este evento se presentó un presupuesto que refleja las diferentes actividades a implementarse dentro del evento que se realizó el sábado 28 de mayo de 2015.

Tabla 10: Presupuesto general inicial presentado a la Alcaldía de San Pedro Nonualco.

Costo evento mayo 2016	Monto inicial		\$900.00
Detalle	Frecuencia o cantidad	Costo	Total
Artista o Grupo principal (dos horas)	1	\$250.00	\$250.00
Historiantes (30 minutos)	1	\$75.00	\$75.00
Batucada (una hora)	1	\$55.56	\$55.56
Banner	1	\$15.00	\$15.00
Pancarta	2	\$25.00	\$50.00
Tazas (para paquete de rifa)	12	\$2.75	\$33.00
Squeezes (para paquete de rifa)	12	\$4.00	\$48.00
Llaveros (para paquete de rifa)	50	\$0.25	\$12.50
Concurso de cocina 1er premio	1	\$50.00	\$50.00
Concurso de cocina 2do premio	1	\$25.00	\$25.00
Gorras	12	\$3.50	\$42.00
Camisas	12	\$6.00	\$72.00
Carnet	12	\$0.45	\$5.40
Bolsas de tela	6	\$4.00	\$24.00
alquiler de sillas	100	\$0.15	\$15.00
alquiler de mesas	14	\$0.50	\$7.00
Ayudantes (Jóvenes del municipio)	5	\$10.00	\$50.00
Toallas (paquete rifa mamá)	3	\$3.50	\$10.05
Cartera de mano (Paquete rifa mamá)	3	\$2.80	\$8.40
Paraguas (paquete rifa mamá)	3	\$2.80	\$8.40
ventilador (paquete rifa mamá)	1	\$15.00	\$15.00
Stiker (contabilizador de asistentes y para rifa)	525	\$0.03	\$15.75
Publicidad Facebook (publicaciones pagadas)	4	\$2.00	\$8.00
Pinta caritas	1	\$25.00	\$25.00
Total			\$895.06

Para este presupuesto refleja un equilibrio entre lo gastado en los primeros dos eventos que se realizaron en el 2015 (Ver anexo 5), pero es demasiado alto el costo para la alcaldía por tanto se decidió dividir el presupuesto en tres donde el

aporte más alto en dinero lo realizó la alcaldía seguido por el aporte que hizo la Caja de Crédito de San Pedro Nonualco y por último un pequeño aporte del equipo de trabajo.

El concejo municipal presidido por el señor alcalde José Alfredo Hernández tomaron la decisión de apoyar aprobando el presupuesto planteado, como grupo de trabajo al tener la respuesta positiva por parte de la alcaldía se inició con la gestión de apoyo a otras instituciones.

Para llevar a cabo la prueba piloto del proyecto se gestionó patrocinio con diferentes instituciones como por ejemplo con los Nonualcos que es una ONG que se encuentra en Santiago Nonualco en el departamento de la Paz donde se tuvo una reunión con el gerente General José Antonio Torres, en dicha reunión se brindaron detalles del proyecto para solicitar apoyo para la publicidad o patrocinando artículos promocionales de los presentados en el presupuesto, como representante de los Nonualcos el Ing. José Torres decidió apoyar el proyecto mediante la publicidad en la fan page de la ONG.



3.1.1:1 Promocionales para el evento, 2016,
Fuente: Grupo de trabajo.

Otra institución que se gestionó patrocinio fue de la caja de crédito de San Pedro Nonualco donde también hablamos con el gerente General Mauricio Alfonso Ayala que le dio a conocer el proyecto y se mostró interesado en apoyarlo, con la validación por parte del consejo General de la institución se elaboraron los promocionales para que en el evento se regalaran, así fue

como se realizaron las cotizaciones finales y los diseños para las impresiones de los artículos (carta gestión de apoyo Anexo 7).

La Caja de Crédito de San Pedro Nonualco respondió positivamente ante la petición de apoyo que se gestionó que a cambio recibirían los siguientes beneficios:

- La imagen de la empresa o institución se vería fortalecida al brindar apoyo en actividades que buscan beneficiar al municipio.
- Se fortalecerá las relaciones entre instituciones.
- Si se da un fortalecimiento económico dentro del municipio por medio de los eventos se podría aumentarse la demanda de los diferentes servicios que ofrecen.
- Como encargados de la publicidad nos comprometemos en difundir la marca de la empresa o institución de manera positiva en todas las actividades de difusión que se realicen para el evento.
- La marca será ubicada en la parte de los patrocinadores en el caso de la publicidad impresa y la de redes sociales.
- En cuñas radiales se mencionará como los patrocinadores del evento.

el aporte final lo decidió cada institución en algunos casos se eliminaron algunos elementos dentro del presupuesto, el motivo principal es porque algunas peticiones fueron consideradas innecesarias, quedando el presupuesto de la alcaldía, el aporte que como proyecto se brindó y el aporte que se solicitó a la Caja de Crédito de San Pedro Nonualco de la siguiente manera:

Tabla 11: Presupuesto final que se presentó a la alcaldía de San Pedro Nonualco

Tipo	Frecuencia o cantidad	Costo	Total
Gema Barahona artista	1	\$150.00	\$150.00
Proyección Musical	1	\$300.00	\$300.00
Banner	1	\$15.00	\$15.00
Camisas	12	\$4.90	\$58.80
primer premio de concurso	1	\$55.00	\$55.00
Segundo premio de concurso	1	\$35.00	\$35.00
Total			\$613.80

Tabla 12: Presupuesto final que se presentó a la Caja de Crédito de San Pedro Nonualco.

Tipo	Frecuencia o cantidad	Costo	Total
Estampado de Squees un logo, tinta blanca	10	\$0.70	\$7.00
Tazas cerámica sublimado full color	10	\$4.90	\$49.00
Gorras bordado full color dos logos	10	\$5.75	\$57.00
Bolsas de tela estampado dos logos full color	10	\$3.00	\$30.00
Pinta caritas	1	\$25.00	\$25.00
Total			\$153.82



3.1.1:2 Promocionales para el evento, 2016,

Fuente: Grupo de trabajo.

Como grupo de trabajado se aportó para el evento con artículos diversos para rifa entre los que estaban llaveros para las personas asistentes, toallas y sombrillas.

Tabla 13: Presupuesto final que refleja el aporte que hizo el grupo de trabajo.

Tipo	Frecuencia o cantidad	Costo	Total
Llaveros (para regalar en evento)	50	\$0.25	\$12.50
Carnet	12	\$0.45	\$5.40
Toallas (paquete rifa)	3	\$3.50	\$10.05
Paraguas (paquete de rifa)	3	\$3.00	\$9.00
Stiker (para contabilizar asistencia y para rifa)	300	\$0.03	\$9.00
Publicidad en Facebook	4	\$2.00	\$8.00
Señalética	3	\$5.00	\$15.00
Total			\$68.95

La tardanza en el proceso de gestión y la aprobación del presupuesto retraso una semana el inicio de la campaña de intensidad alta que se había propuesto en el plan de medios antes mencionado.

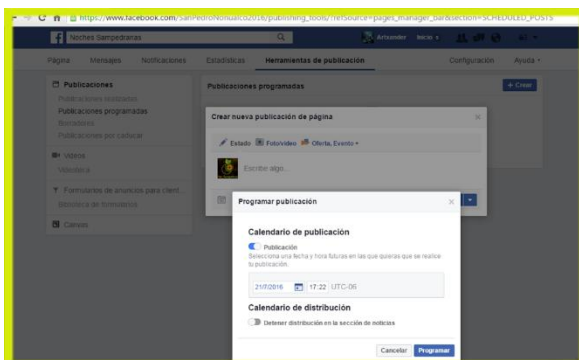
Toda la publicidad se vio afectada debido a que esta giraría en torno a las actividades que se iban a realizar en el evento, para la contratación de los artistas se buscaba que fueran la actividad que moviera a los Sampedranos y al público en general a asistir al evento, fue así que como artista principal se contrató a Gema Barahona una niña Vicentina de 13 años que participó en el número uno kids y quedó en segundo lugar, se contrató también a proyección musical una orquesta de Santa María Ostuma que participaron en el último evento que se realizó en el año 2015 y en el cual tuvieron muy buena aceptación por el tipo de música alegre que tocan, este último grupo solo se tuvo la seguridad de su participación tres días antes del evento por lo cual la mayor atención en publicidad se concentró en Gema Barahona.

3.1.2. La fan page como herramienta para posicionamiento de marca del evento festivo Noches Sampedranas, campaña de intensidad alta.

La realización de la prueba piloto del proyecto se realizó el 28 de mayo del 2016, se planeó una estrategia de publicidad para promocionar las actividades a realizarse en el evento de Noches Sampedranas, el canal de comunicación publicitario principal fue la red social Facebook que se ha convertido en parte fundamental para el posicionamiento de marcas empresariales.

Facebook se establece como una red social innovadora que tiene muchas opciones útiles para mejorar la comunicación de las empresas con sus posibles clientes.

3.1.2.1. Fan page una ventana publicitaria dentro de una red social.



3.1.2.1.1 Publicaciones programadas, 2016, Fuente:

Grupo de trabajo.

La fan page es la mejor herramienta para promocionar una marca dentro del mundo web, cuenta con una interfaz muy amistosa que permite encontrar fácilmente un modo de trabajo que se adecua al tiempo del usuario.

Un buen ejemplo de esto son las publicaciones programadas que permite proyectar el día, la hora y la regularidad con la que se quiere estar publicando esto es ideal para el proyecto pues no se puede pasar todo el tiempo conectado en las redes sociales por eso Facebook tiene esta opción muy versátil.

Siempre acompañando una publicación debe de ir un Hashtag y las denominadas etiquetas, esto nos permitirá duplicar las visualizaciones de nuestra publicación, además es una estrategia para tener publicidad amplia y sin ningún costo adicional pues los hashtags son palabras claves para publico segmentado como por ejemplo en una publicación podemos poner #turismo #diversión y todas las personas con este mismo interés podrán ver al inicio de su página esta publicación



The screenshot shows a Facebook post titled "Noches Sampedranas con Ruby Orellana" published on May 25. The post text describes an event on Saturday, May 28, featuring a contest for kids, a musical performance by Gemma Sarrahona, and a gastronomic event. The post includes a photo of a building and a woman. The engagement statistics are as follows:

Category	Count	Location
1299	Personas alcanzadas	
64	Reacciones, comentarios y veces que se compartió	
57	Me gusta	13 En la publicación
1	Me encanta	0 En la publicación
0	Comentarios	0 En la publicación
6	Veces que se compartió	4 En la publicación
152	Clics en publicaciones	
76	Visualizaciones de fotos	0 Clics en el enlace
0	Comentarios negativos	
0	Dislike publicación	0 Ocultar todas las publicaciones
0	Reportar como spam	0 Te se me gusta esta página

Additional statistics shown: 44 "En el contenido compartido", 1 "En el comentario compartido", 2 "En el contenido compartido", and 76 "Otros clics". A note at the bottom states: "Obtén más Me gusta, comentarios y contenido compartido. Promociona esta publicación por \$2 para llegar a un máximo de 410 personas." A "Promocionar publicación" button is visible.

3.1.2.1:2 Estadísticas del impacto de la publicidad, 2016,

Fuente: Grupo de trabajo.

Como por ejemplo esta publicación realizada el 25 de marzo se utilizó el hashtag y se lograron 1,295 personas alcanzadas.

Este dato se retoma de las estadísticas que la fan page arroja de cada publicación que

se realiza, dichos datos permiten ver aquellos aciertos en cuando a la publicidad que se lanza.

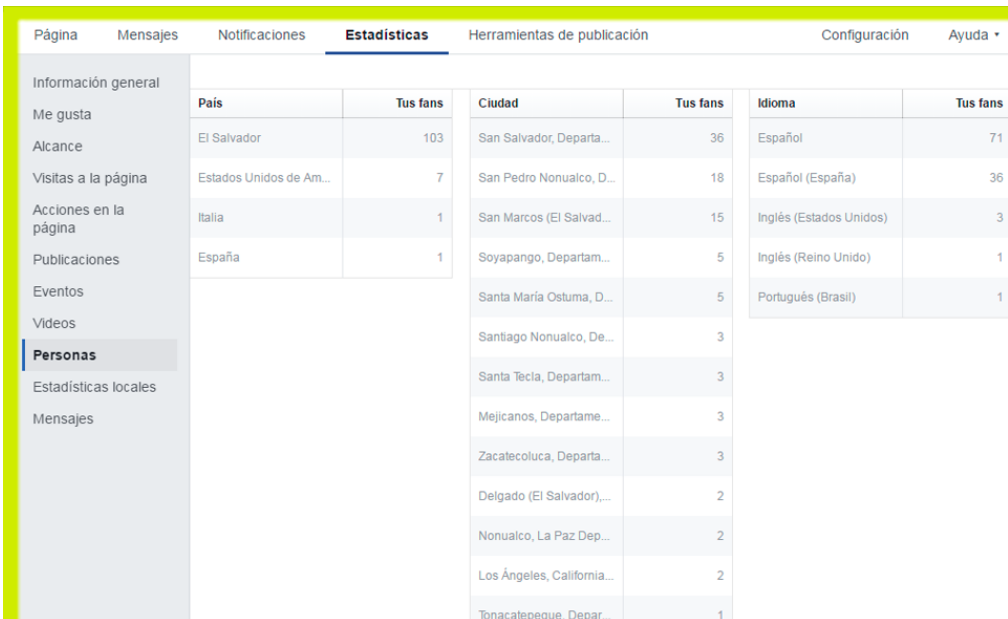
Las estadísticas se convierten en la herramienta más útil para medir el impacto que tienen las publicaciones que se suben a la fans page, las estadísticas reflejan la mejor hora para poder publicar ya que puede contabilizar cuando está más activo el público a lo largo del día, se logra segmentar un público meta con base en la edad, sexo y zona geográfica, es importante destacar que se contabiliza cuando nuestro público interactúa con nuestro contenido como comentarios o like, cuando se comparte o simplemente lo visualizan.



3.1.2.1:3 Estadísticas del impacto de la publicidad, 2016, Fuente: Grupo de trabajo.



Las estadísticas muestran datos tan interesantes como hasta donde llego nuestra publicación en cuanto a departamento, países e idiomas.



3.1.2.1:4 Estadísticas del impacto de la publicidad, 2016, Fuente: Grupo de trabajo.



3.1.2.2. Perifoneo y volanteo jornada de apoyo a la campaña de intensidad alta.

Se hizo uso de canal de comunicación más tradicionales como fue el volanteo y el perifoneo donde se realizó en todos los lugares aledaños al casco urbano de San Pedro Nonualco, se remarcaba en la información de la hora, día y lugar donde se realizaría el evento, además de reforzar la información de los artistas participantes en el evento, se mencionó sobre el concurso de cocina.



3.1.2.2:1 Material para perifoneo y volanteo, 2016, Fuente: Grupo de trabajo.

3.1.3. Prueba práctica, día del evento festivo Noches Sampedranas.



3.1.3:1 Artículos promocionales para evento, 2016, Fuente: Grupo de trabajo.

Con la finalidad de darle validez a todo el esfuerzo publicitario que se realizó, se desarrolló la prueba práctica el día sábado 28 de mayo de 2015, el evento festivo Noches Sampedranas en el cual como grupo de trabajo dimos apoyo en el aspecto de la

organización del evento y se hizo un registro fotográfico de las actividades.

3.1.3.1. Artista principal.

Después de algunos retrasos se dio inicio el evento y entro en escena Gema Barahona, durante esta actividad se tuvo un lleno total en todo el espacio asignado para el evento.

Se aprovechó este momento de mayor lleno en el lugar para entregar los stiker que nos permitieron contabilizar el número aproximado de asistentes que fue de 296, si bien los stiker no son el mejor método para contabilizar, pero es un primer inicio para tener una idea del potencial del evento.



3.1.3.1:1 Artículos promocionales para evento, 2016, Fuente: Grupo de trabajo.

3.1.3.2. Rifa y concurso de cocina creativa Sampedrana.

Posterior a la intervención de Gema Barahona se hicieron actividades en las que el señor alcalde José Alfredo Hernández participo, esto es un aspecto importante porque representa una cercanía con la gente visitante al evento.



3.1.3.2:1 Premiación, 2016, Fuente: Grupo de trabajo.

A los participantes de las dinámicas se les premio con promocionales, también se realizaron las rifas utilizando los stiker que tenían números en la parte de atrás, estas actividades buscan incentivar la participación de las personas en las actividades del evento y premiarlos

incluso por asistir y no genera mayor costo.

En el evento Noches Sampedranas se implementó la parte cultural enfocada en la gastronomía, pues es parte fundamental de la identidad de cada región como nos dicen Gutiérrez y Moreno (2011) que afirman:

“La comida étnica o típica es aquella que se aplica a la comida particular y específica de una región o comunidad del planeta, tiene que ver con la idea de que cada parte del planeta mantiene su propia etnia. La etnia es no solamente la raza a la que se pertenece si no también todo el trasfondo cultural que hace que esa raza sea diferente a las demás. Las etnias se componen de elementos culturales entre los cuales encontramos a la gastronomía típica de cada región, compuesta en base a los productos y materias primas que se pueden encontrar fácilmente en ese espacio geográfico” (P.2).

En Sampedro Nonualco existe diferente gastronomía, pero no utilizan su principal recurso que se cultiva, en los eventos no preparan alimentos ni bebidas con naranja y se busca desarrollar una serie de platillos nuevos que se vuelvan parte identitaria del municipio, el primer paso fue el concurso de cocina donde la base principal sea la naranja.

La dinámica del concurso tenía objetivos y condiciones para que las personas pudieran participar entre las que estaban:

Los objetivos principales son:

- a) Fortalecer el desarrollo de la gastronomía del municipio.
- b) Visualizar el aporte de la gastronomía típica regional al desarrollo turístico y cultural del municipio.
- c) Promover el consumo del principal recurso cultivado en San Pedro Nonualco a través de la elaboración de recetas culinarias.

Los participantes podían ser personas de mayores de 18 años, nacidos en el municipio de San Pedro Nonualco, cada una de las personas participantes tenían



3.1.3.2:2 Platillos participantes del concurso cocina creativa Sampedrana, 2016, Fotografía por Oscar Moreno, Fuente: Grupo de trabajo.

que llenar una ficha de inscripción la que permite tener un registro con los datos básicos de cada concursante.

No podían participar personas que trabajan dentro de la alcaldía, por razones de transparentar el concurso.

Las personas inscritas fueron 5 y cada una elaboró sus recetas de una manera exitosa fueron 3 platos fuertes y dos postres donde la base de la receta era la naranja todas las

participantes se esforzaron y elaboraron platos creativos y deliciosos.

El jurado calificador estuvo compuesto por tres personas entre las cuales estaba un integrante del grupo de trabajo, dentro de los parámetros de calificación estaban:

- a) Que el principal ingrediente de la receta fuera la naranja.
- b) Limpieza.
- c) Sabor.
- d) Aroma.
- e) Creatividad de la presentación.
- f) Puntualidad.

El concurso solo se eligieron dos ganadores, el jurado coincidió que el platillo ganador fuera la de la señora Gloria Elba Reyes que contó con la mejor puntuación seguida por la participante Santos Cristina Alvarado de Hernández.



3.1.3.2:3 Jurado Calificador Concurso, 2016, Fotografía por: Oscar Moreno, Fuente: Grupo de trabajo.

La decoración en el plato ganador fue muy bien empleada utilizando la cascara de naranja como depósito para la carne, se acompañó con una salsa de naranja con un toque de picante.



3.1.3.2:4 Primer lugar del concurso de cocina, 2016, Fotografía por: Oscar Moreno, Fuente: Grupo de trabajo.

3.1.3.2:4 Segundo lugar del concurso de cocina, 2016, Fotografía por: Oscar Moreno, Fuente: Grupo de trabajo.

El segundo platillo ganador fue un postre, exactamente un volteado de naranja, un postre dulce que fue decorado con esta fruta.

3.1.3.3. Pinta caritas actividad con apoyo de la institución financiera Caja de Crédito de San Pedro Nonualco.

Una actividad que tuvo mucho éxito en el evento fue el pinta caritas que se implementó enfocado en los niños y niñas del municipio, se programó para dos horas, pero la demanda estuvo alta y se tuvo que extender la actividad en aproximadamente cuatro horas en total, es importante destacar que se contrataron



3.1.3.2:4 Pinta carita, 2016, Fotografía por:
Oscar Moreno, Fuente: Grupo de trabajo.

a jóvenes del municipio logrando así dar espacio a los jóvenes y generando pequeños empleos.

Esta fue parte de los espacios familiares que se pretende tengan continuidad dentro del evento, según la encargada del pinta caritas se atendió aproximadamente 60 niños de diferentes edades.

3.1.4. Validación prueba práctica.

Dentro de la prueba piloto realizada el 28 de mayo de 2015, se pudo constatar que un evento festivo de este tipo potenciado con la publicidad puede las personas del municipio a asistir, por consiguiente, el evento Noches Sampedranas puede mejorar la economía de los emprendedores y microempresarios del municipio.

Los diferentes sectores de la sociedad de San Pedro Nonualco se mostraron interesados en seguir promoviendo esta iniciativa con toques de publicidad para mejorar el impacto en el aspecto comercial.

Pero la parte de publicidad solo puede funcionar si la organización es rigurosa y propone actividades de interés para los visitantes del municipio, es importante destacar que ahora que existe un Comité de Turismo compuesto por emprendedores y microempresarios del municipio, ellos podrán proponer actividades y gestionar apoyo a otras instituciones.

Para el diseñador gráfico es importante diversificar sus habilidades para poder entrar en el campo laboral a través de este tipo de proyectos, el cual exige

conocimiento en diseño gráfico, marketing y conocimientos en organización de evento.

Con lo que respecta a la prueba piloto se puede decir, que la realización fue un éxito debido a que el público encontró la motivación dentro de la publicidad para asistir al evento, publicidad que se fundamentó en las actividades como el pinta caritas y la participación de Gema Barahona.



3.1.4:1 Comparación de los dos últimos eventos, 2016, Fotografía por: Oscar Moreno, Fuente: Grupo de trabajo.



La comparación por medio de una fotografía con respecto al evento de Noches Sampedranas que se desarrolló en abril, existe una diferencia en asistencia de público con respecto al evento desarrollado como prueba piloto.

El instrumento que se utilizó fue una encuesta para conocer los principales puntos de interés de la gente sobre el evento, se realizaron dos encuestas una para la

gente asistente donde se utilizó una herramienta de encuesta que aparece en Facebook y se colocó en la fans page de Noches Sampedranas (Anexo 8).

Se incluyeron preguntas sobre aspectos puntuales del evento, fueron 21 personas las que respondieron

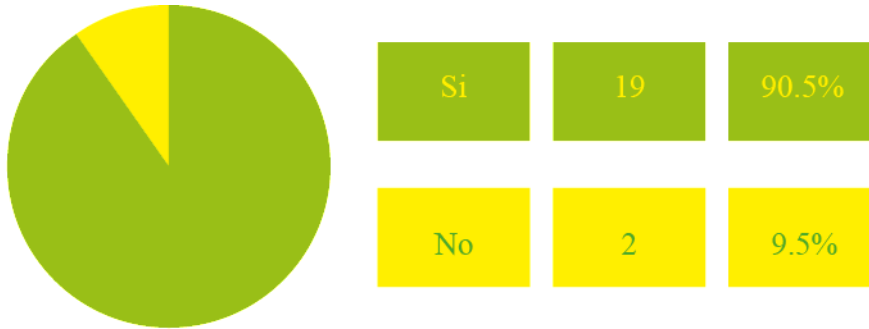


3.1.4:2 Encuesta publicada para validar la prueba piloto 2016, Fuente: Grupo de trabajo.



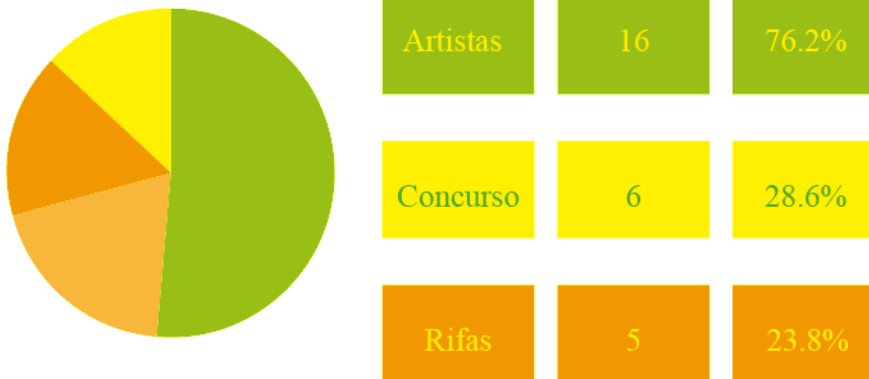
continuación se presentan los resultados obtenidos:

1. ¿Le gusto el evento festivo Noches Sampedranas realizado el 28 de mayo?



3.1.4. Grafica 1.

2. ¿Qué actividad le gusto más del evento Noches Sampedranas realizado el 28 de mayo?



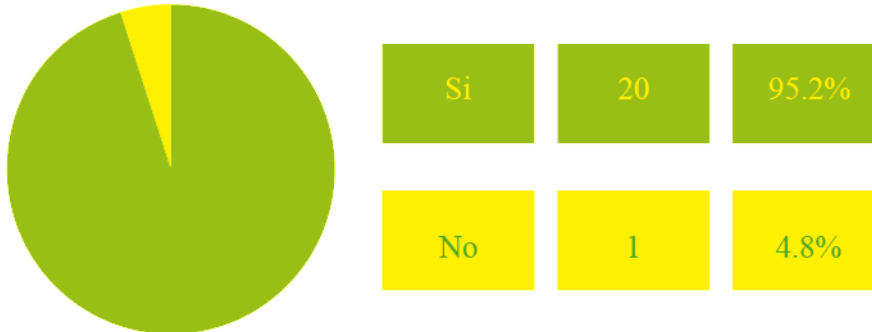
3.1.4. Grafica 2.

3. ¿Cree usted que el evento Noches Sampedranas tiene potencial para ser un evento grande? como por ejemplo la feria de la fruta.



3.1.4. Grafica 3.

4. ¿Considera que la creación de este tipo de eventos impulsados por parte de la alcaldía podría atraer a turistas y ayudar al mejorar la economía del municipio?



3.1.4. Grafica 4.

5. ¿Qué recomendaciones puede dar para la mejora en la realización de futuros evento En San Pedro Nonualco?



3.1.4. Grafica 5.

El consolidado de respuestas refleja el buen desempeño del proyecto desde las etapas de publicidad hasta la puesta en marcha del evento, por tanto, podemos concluir que la propuesta es viable y funcional ya que la marca propuesta cumple con la función de capturar el interés, valiéndose de elementos propios del municipio de San Pedro Nonualco y de los cuales la población se siente identificados.

El evento festivo Noches Sampedranas se plantea en beneficio de los emprendedores y microempresarios del municipio, por tanto, se realizó una

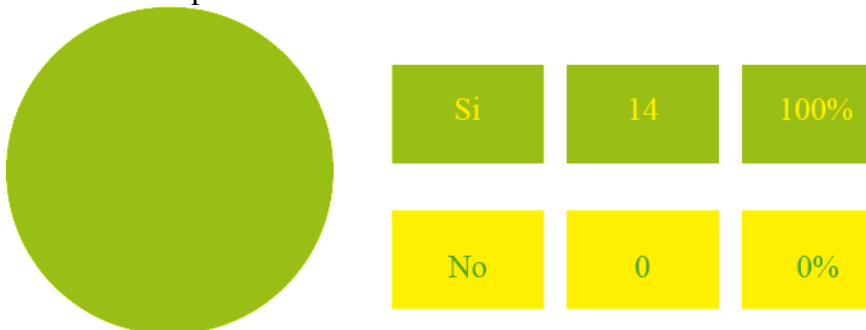
encuesta de validación con ellos para medir el nivel de aceptación que ellos tienen con el evento de prueba piloto (encuesta Anexo 9), las preguntas planteadas son:

1. ¿Cree usted que el evento Noches Sampedranas tiene potencial para ser un evento grande más adelante, como por ejemplo la feria de la fruta?



3.1.4. Grafica 6.

2. ¿Considera que la creación de este tipo de eventos impulsados por parte de la alcaldía podría atraer a turistas y ayudar al mejorar la economía del municipio?

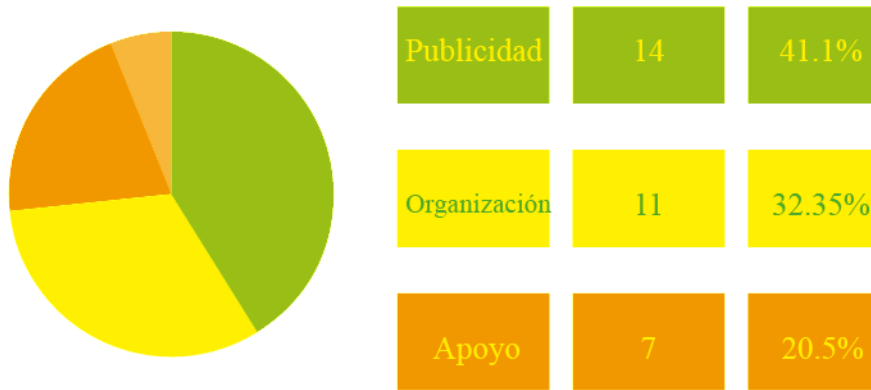


3.1.4. Grafica 7.

3. ¿Qué recomendaciones puede dar para la mejora en la realización de futuros evento En San Pedro Nonualco?

Se dio la oportunidad de contestar mas de una opción y el resultado fue contundente, todos opinaron que hacen falta mas esfuerzos publicitarios, seguido de mejoras en la organización.

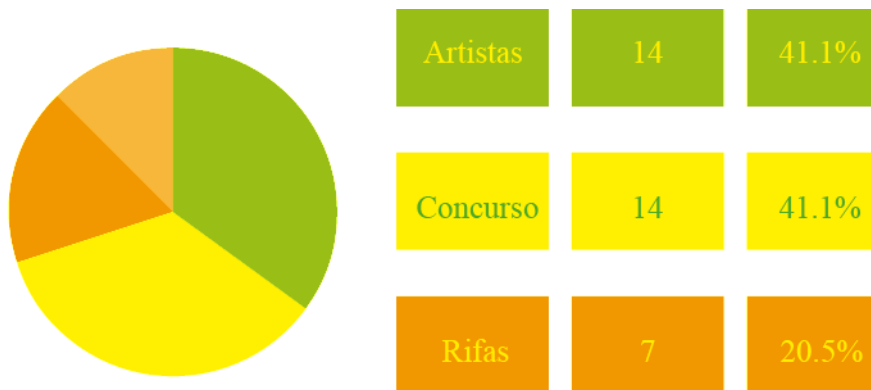
Estos resultado nos permite ver el grado de aceptación de la propuesta con los principales beneficiarios del proyecto.



3.1.4. Grafica 8.

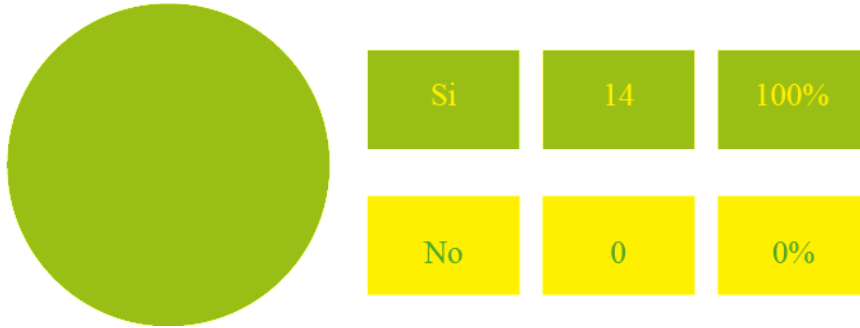
4. ¿Desde su punto de vista que actividad genera más interés para las personas en el evento Noches Sampedranas?

Al igual que la pregunta anterior se puede contestar más de una opción, además es importante mencionar que esta pregunta se hizo en la encuesta de validación lanzada en Facebook y los resultados fueron muy similares y contundente pues la mayoría en las dos encuestas respondieron que la actividad con más interés son la participación de cantantes y específicamente en el caso de los empresarios y comerciantes votaron por el concurso de cocina como la segunda actividad más llamativa.



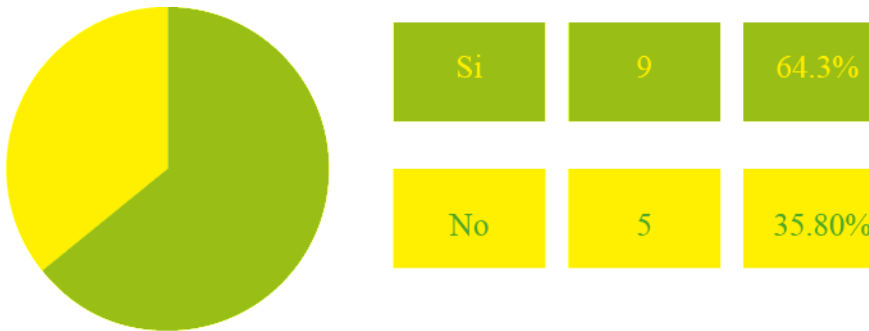
3.1.4. Grafica 9.

5. ¿Considera que la publicidad que se realizó para este evento contribuyó de forma Positiva al buen desarrollo del evento?



3.1.4. Grafica 10.

6. ¿Estaría dispuesto más adelante a contribuir al evento económicamente o de alguna manera para la contratación de artistas o la implementación de actividades diversas?



3.1.4. Grafica 11.

7. Tomando como punto de partida este evento pasado realizado el 28 de mayo y comparándolo con los anteriores considera que vendió:



3.1.4. Grafica 12.

Se decidió incluir esta pregunta porque durante el evento muchos emprendedores y microempresarios se retiraron mucho antes de que terminara el evento, en la mayoría de los casos se observó que ya no tenían ventas, pero para validar se incluyó la pregunta y tuvimos los resultados presentados en el cuadro.

Es importante mencionar que no se buscó tener información financiera de las personas por lo delicado que resulta solicitar dicha información.

Todo el proceso de validación busca tener un registro de actividades que refleje los resultados positivos y negativos que se tenga, para saber si el proyecto propuesto funciona o ver los aspectos que se pueden mejorar en el mismo.

Las encuestas realizadas y el registro fotográfico fueron de vital importancia para corroborar el cumplimiento de los objetivos y metas que se plantearon en el proyecto en un inicio.



CAPITULO 4:
COROLARIO

CAPITULO 4: COROLARIO

4.1. Conclusiones.

- Concluimos que las estrategias publicitarias aplicadas a este tipo de eventos puede ser un instrumento que potencie el impacto de dicha actividad beneficiando directamente a emprendedores y microempresarios de la zona y a los lugareños que pueden disfrutar de actividades familiares o culturales.
- La necesidad de darle visibilidad a este tipo de proyectos de eventos festivos permite ser un capo laboral para el diseñador gráfico, pero también con los conocimientos el diseñador puede realizar una idea de emprendimiento.
- El diseñador puede ocupar o cumplir una función importante dentro de este tipo de proyecto, creando estrategias publicitarias, organizando este tipo de eventos y gestionando apoyo para la realización de los eventos todo basado en una buena planificación y los aspectos técnicos que puedan dar buenos resultados.

4.2. Recomendaciones.

- Dirigida a la Escuela de Artes

Crear una biblioteca digital de la Escuela de Artes, cuya finalidad sea tener este tipo de documento más accesible para las personas interesadas en temas referente al diseño gráfico y la publicidad.

- Alcaldía municipal de San Pedro Nonualco

El desarrollar publicidad por parte de la alcaldía debería ser uno de los temas importantes durante la gestión actual pues por medio de estrategias publicitarias se puede dar a conocer los diferentes proyectos que se impulsan.

El comité de turismo y sus miembros (empresarios, microempresarios) deberán empoderarse de la marca y del concepto del evento festivo Noches Sampedranas así como de los otros eventos que se realizan en el municipio, los miembros a través del representante del comité de turismo podrán gestionar apoyo y en reuniones podrán proponer mejoras o actividades para el evento.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.

Beltrán, Guzmán, Oliva. (2007). Propuesta de un plan de marketing turístico que permita mejorar la afluencia de visitantes a los parques acuáticos, administrados por el instituto Salvadoreño de Turismo ubicados en la zona central de El Salvador. Universidad Francisco Gavidia, San Salvador, El Salvador.

Gutiérrez, Moreno. (2011). Estudio gastronómico de comida exótica salvadoreña. Universidad Dr. José Matías Delgado, San Salvador, El Salvador.

Morataya, Menesses. (2013). Estudio de factibilidad técnica financiera para el desarrollo organizacional y comercial del paseo el Carmen en Santa Tecla: Publicidad, organización, racionalización del espacio, entre otros. Universidad Dr. José Matías Delgado, San Salvador, El Salvador.

Urrutia, Zelaya. (2011). Uso de las redes sociales Facebook y Twitter como estrategias del diseño publicitario para el posicionamiento de marcas en El Salvador. Universidad Dr. José Matías Delgado, Antiguo Cuscatlán, El Salvador.

Villeda, N. (2012). Evaluación de la experiencia de gestión cultural municipal: Paseo el Carmen, Santa Tecla. Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas”, Antiguo Cuscatlán, El Salvador.

Ander-Egg, E. (2003). Repensando la investigación-acción-participativa. Lumen-Humanitas.

Marujo, N. (2015). Eventos culturales y motivaciones de los turistas La fiesta de fin de año en isla de madeira Portugal. Universidad de Evora, Evora, Portugal. Recuperado de www.scielo.org

Morais, Bezena, Ferreira. (2014). La ventaja competitiva a través del turismo cultural. Un análisis según la percepción de los gestores del municipio de Ceará Mirim, Natal, Brasil. Universidad Federal de Rio Grande. Natal, Brasil. Recuperado de

Boscardin, J. (2007). Lenguaje gráfico. Composición y ubicación de los elementos de diseño. Recuperado de www.perio.unlp.edu

Muñoz, F. (2015). El turismo desde la filosofía de la historia. Revista de ciencias sociales, N°65. Recuperado de <http://www.apostadigital.com>.

Analitika market research (enero, 2015). El nuevo impacto de las redes sociales. Recuperado de www.analitika.com.sv

Fundacional Nacional para el Desarrollo, FUNDE. (2012). Plan de competitividad municipal de San Salvador 2012-2016. Recuperado de www.repo.funde.org



ANEXO.

Anexo 1. Lean Canvas (modelo de negocio del proyecto).

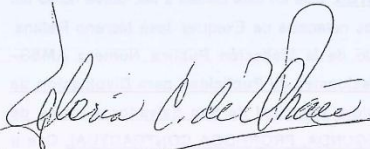
PROBLEMA	SOLUCION	PROPUESTA DE VALOR	VENTAJA ESPECIAL	CLIENTE
La poca visibilidad que tiene los proyectos turísticos impulsados por las diferentes municipalidades, limitan el potencial económico y social de dichos proyectos.	Concepto creativo en base a la identidad cultural del lugar.	Frase: Desarrollo turístico a través del emprendimiento y la publicidad	se destacará la identidad cultural de cada zona, con el fin de utilizarlo como elemento diferenciador en la marca. Se busca la participación de diferentes sectores sociales de la municipalidad para trabajar en las propuestas de actividades integral dentro del evento.	Alcaldías de la zona central y paracentral de El Salvador. Que tengan en ejecución proyectos festivos turísticos y culturales.
La falta de imagen publicitaria de las alcaldías no les permite destacar del resto de municipalidades.	Identidad corporativa. Paquetes Fotográficos Video publicidad	Profesionales calificados en el tema de desarrollo de emprendimientos.	CANALES	
La falta de comunicación entre las diferentes personas encargadas de la organización dificulta la ejecución del evento.	Campaña publicitaria en medio digitales	Profesionales en Diseño gráfico	Canales de comunicación:	
	Campañas medibles		Fan page, pagina web, tarjetas de presentación, red de contactos personales.	
	Apoyo en la planificación y organización de eventos		Canales de entrega: En el local.	
	METRICAS CLAVES		Canales de venta: En el local.	
	Redes sociales Página web Redes personales			
ESTRUCTURA DE COSTO		FLUJO DE INGRESOS		
COSTO FIJO	\$5,400.00		Fotógrafo	\$1,800.00
COSTO VARIABLE	\$360.00		Diseñador	\$6,000.00
			Talleres	\$1,200.00
TOTAL	\$5,760.00		Organizadora	\$6,000.00
			TOTAL	\$15,000.00

Anexo 2. Contratación de servicios profesionales de publicidad.

NOSOTROS: GLORIA MARGARITA CALDERON SOL DE OÑATE, mayor de edad, Diplomática, de este domicilio, con Documento Único de Identidad Número [REDACTED] y Numero de Identificación Tributaria [REDACTED], quien actúa en su calidad de Alcaldesa Municipal y por lo tanto Representante Legal y Administrativo del Municipio de San Salvador, entidad de Derecho Público de este domicilio con Número de Identificación Tributaria cero seiscientos catorce-cero diez mil seiscientos once-cero cero dos- dos, que en el transcurso del presente instrumento se llamará LA ALCALDIA y MANUEL ANTONIO MELÉNDEZ MORÁN, mayor de edad, Publicista, del domicilio de Santa Tecla, Departamento de La Libertad, portador de mi Documento Único de Identidad Número [REDACTED] con Número de Identificación Tributaria [REDACTED], actuando en mi calidad de Director Presidente y por lo consiguiente Representante Legal de la Sociedad RECEPTOR COMUNICACIÓN INTEGRADA, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE, que puede abreviarse RECEPTOR, S.A. DE C.V. de nacionalidad Salvadoreña, del domicilio de San Salvador, Departamento de San Salvador, con Número de Identificación Tributaria cero seiscientos catorce-doscientos ochenta mil setecientos noventa y nueve -ciento uno- cero que en lo sucesivo se denominará RECEPTOR, S.A. DE C.V., respectivamente y en los caracteres antes expresados MANIFESTAMOS: CLÁUSULA PRIMERA ANTECEDENTES. Que en esta ciudad a las nueve horas del día uno de febrero del año dos mil trece, ante los oficios notariales de Exequiel José Moreno Retana, firmamos Contrato de Servicios de Publicidad emanado de la Licitación Pública Número AMSS-02/2013 denominada: "Contratación de Servicios Profesionales de Publicidad para Divulgacion de Acciones, Obras, Actividades y Servicios de la Alcaldía Municipal de San Salvador a traves de Diferentes Medios de Comunicacion". CLÁUSULA SEGUNDA. PRORROGA CONTRACTUAL Que a solicitud de la Unidad de Comunicación de Social de la Alcaldía, el Concejo Municipal autorizó prorroga en el plazo del contrato por un periodo de DOS MESES contados a partir del 1 de enero de 2014 al 28 de febrero de 2014 ambas fechas inclusive por la cantidad de CUARENTA MIL DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (US\$40,000.00) IVA INCLUIDO, monto que incluye el servicio de pauta en diferentes medios de comunicación, Radio, Prensa Escrita, Televisión y medios alternativos; por tal razón el Concejo Municipal en Sesión Extraordinaria celebrada el día diecisiete de diciembre de dos mil trece, emitió el Acuerdo Municipal número 4.8 en el cual se autoriza la prorroga por dos meses contados a partir del 1 de enero de 2014 al 28 de febrero de 2014 ambas fechas inclusive por la cantidad de CUARENTA MIL DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (US\$40,000.00) IVA INCLUIDO, monto que incluye el servicio de pauta en diferentes medios de comunicación, Radio, Prensa Escrita, Televisión y medios alternativos para continuar con la "Contratación de Servicios Profesionales de Publicidad para Divulgacion de Acciones, Obras, Actividades y Servicios de la Alcaldía Municipal de San Salvador a traves de Diferentes Medios de Comunicación", según el detalle siguiente:

Tipo de servicio	Contenido
Radio	Pauta en programas radiales y rotación normal, cuñas en diferentes versiones de tiempos
Televisión	Spots de diferentes duraciones y en diferentes formatos
Prensa escrita	Diferentes formatos como páginas completas, cintillos, cuartos de pagina, entre otros

el Concejo Municipal autoriza además a la Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional para que solicite a la sociedad RECEPTOR, S.A. DE C.V., que amplíe la Fianza de Cumplimiento de Contrato otorgada por la sociedad a favor de la Alcaldía hasta el 31 de marzo de dos mil catorce. La sociedad RECEPTOR, S.A. DE C.V. se compromete a entregar a la Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional dentro del plazo de cinco días hábiles posteriores al recibo de esta prórroga legalizada la ampliación de la Fianza de Cumplimiento de Contrato a favor de la Alcaldía hasta el treinta y uno de marzo de dos mil catorce. CLÁUSULA TERCERA. Ratificamos en todas y cada una de sus partes el contrato relacionado en la Cláusula Primera del presente instrumento. Otorgamos el presente contrato en virtud del Acuerdo Municipal número 4.8 tomado en la Sesión Extraordinaria celebrada el día diecisiete de diciembre de dos mil trece, en el cual se autorizó la presente prórroga contractual. Y estando ambas partes conformes con lo estipulado, firmamos la presente modificación en la ciudad de San Salvador, a los seis días del mes de enero del año dos mil catorce.



Licda. Gloria Margarita Calderón Sol de Oñate



Sr. Manuel Antonio Meléndez Morán



En la ciudad de San Salvador, a las diez horas del día seis de enero del dos mil catorce. Ante mí, **EXEQUIEL JOSE MORENO RETANA**, Notario, de este domicilio, comparece la señora **GLORIA MARGARITA CALDERON SOL DE OÑATE**, de cincuenta y siete años de edad, Diplomática, de este domicilio, a quien conozco portadora de su Documento Único de Identidad número [REDACTED] actuando en su calidad de Alcaldesa Municipal y por lo tanto Representante Legal y Administrativo del Municipio de San Salvador, entidad de Derecho Público, de este domicilio, con Número de Identificación Tributaria, cero seiscientos catorce-cero diez mil seiscientos once-cero cero dos- dos, que en el transcurso del presente instrumento se denominará La Alcaldía, personería que doy fe de ser legítima y suficiente haber tenido a la vista: a) El ejemplar del Diario Oficial Numero veintitrés, Tomo Doscientos Noventa, de fecha cinco de febrero de mil novecientos ochenta seis, en el que aparece publicado el Decreto Legislativo Numero doscientos setenta y cuatro, emitido por la Asamblea Legislativa con fecha treinta y uno de enero del mismo año, por el cual se decreto el Código Municipal que entro en vigencia el día uno de marzo del citado año, apareciendo en el Artículo

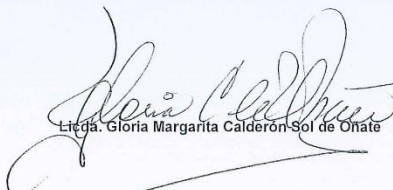
cuarenta y siete del mencionado Código Municipal, que el Señor Alcalde representa legal y administrativamente al Municipio. b) La credencial extendida por los miembros del Tribunal Supremo Electoral, señores: Eugenio Chicas Martínez, Magistrado Presidente; Walter René Araujo Morales, Eduardo Antonio Urquilla Bermúdez, Gilberto Canjura Velázquez y Fernando Arguello Téllez, Magistrados Propietarios y Sandra Nelly Gattas Flores, Secretaria General en funciones, con fecha veintiocho de abril del año dos mil doce, en cumplimiento de la facultad que le otorga el Artículo doscientos sesenta y nueve del Código Electoral, en el que consta que de acuerdo al Escrutinio Final de las elecciones celebradas el día once de marzo del año dos mil doce por el referido Tribunal, la señora Gloria Margarita Calderón Sol de Oñate, resultó electa Segunda Regidora Propietaria del Concejo Municipal de San Salvador, para el periodo constitucional que inició el uno de mayo de ese mismo año y finalizara el treinta de abril del año dos mil quince. c) Transcripción del Acuerdo Municipal número nueve, tomado de Sesión Ordinaria de fecha siete de agosto de dos mil trece, en el cual se le nombro durante el periodo comprendido del quince de agosto de dos mil trece al quince de febrero de dos mil catorce, ambas fechas inclusive a la licenciada Gloria Margarita Calderón Sol de Oñate para que desempeñe las funciones de Alcaldesa Municipal de San Salvador. d) Transcripción del Acuerdo Municipal cuatro punto ocho, tomado de Sesión Extraordinaria de fecha diecisiete de diciembre de dos mil trece, en el cual se faculta a la señora Alcaldesa Municipal a otorgar actos como el presente y por otra parte el señor MANUEL ANTONIO MELÉNDEZ MORÁN, quien es de cincuenta y seis años de edad, Publicista, del domicilio de Santa Tecla, Departamento de La Libertad, persona a quien conozco y es portador de su Documento Único de Identidad Número [REDACTED] y Número de Identificación Tributaria [REDACTED]

quien actúa en su calidad de Director Presidente y por lo consiguiente Representante Legal de la Sociedad RECEPTOR COMUNICACIÓN INTEGRADA, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE, que puede abreviarse RECEPTOR, S.A. DE C.V. de nacionalidad Salvadoreña, del domicilio de San Salvador, Departamento de San Salvador, con Número de Identificación Tributaria cero seiscientos catorce-cientos ochenta mil setecientos noventa y nueve- ciento uno- cero, personería que doy fe de ser legítima y suficiente por haber tenido a la vista: a) Testimonio de Escritura Pública de Constitución de la Sociedad RECEPTOR COMUNICACIÓN POLÍTICA, SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE, otorgada en la ciudad de San Salvador, a las diez horas y treinta minutos del día veintiocho de julio de mil novecientos noventa y nueve, ante los oficios Notariales de Miriam Eleana Mixco Reyna, inscrita en el Registro de Comercio al número DIECINUEVE del Libro UN MIL CUATROCIENTOS SESENTA Y DOS del Registro de Sociedades el día veintitrés de agosto de mil novecientos noventa y nueve y de la cual consta que: su naturaleza, denominación y domicilio son los expresados, que entre sus finalidades está comprendidos actos como el aquí consignado, que la administración de la sociedad está confiada a una Junta Directiva, cuyos miembros duran en sus funciones tres años, que la representación judicial y extrajudicial de la sociedad, así como el uso de la firma social corresponde al Director Presidente; b) Escritura Pública de Modificación al Pacto Social de la Sociedad RECEPTOR COMUNICACIÓN POLÍTICA, SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE, otorgada en la ciudad de San Salvador, a las




once horas del día tres de junio de dos mil dos, antes los oficios del Notario Raúl Manuel Somoza Alfaro, en la cual se modificó la parte relativa al capital social y la denominación de la sociedad, por lo que a partir de la fecha en mención la sociedad gira con la denominación **RECEPTOR COMUNICACIÓN INTEGRADA, SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE**, que puede abreviarse, **RECEPTOR, S.A. DE C,V**, inscrita en el Registro de Comercio al número CUARENTA del Libro UN MIL SETECIENTOS DIECISEIS del Registro de Sociedades el día trece de junio de dos mil dos; c) Escritura Pública de Modificación al Pacto Social de la Sociedad **RECEPTOR COMUNICACIÓN INTEGRADA, SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE**, otorgada en la ciudad de San Salvador, a las ocho horas del día veintiuno de octubre de dos mil dos, antes los oficios de la Notario Miriam Eleana Mixco Reyna, en la cual se modificó el Pacto Social de la referida sociedad, en la parte relativa a los integrantes de la Junta Directiva, inscrita en el Registro de Comercio al número SIETE del Libro UN MIL SETECIENTOS CINCUENTA del Registro de Sociedades el día veintitrés de octubre de dos mil dos; d) Escritura Pública de Modificación al Pacto Social de la Sociedad **RECEPTOR COMUNICACIÓN INTEGRADA, SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE**, otorgada en la ciudad de San Salvador, a las ocho horas del día veintiuno de octubre de dos mil dos, antes los oficios de la Notario Miriam Eleana Mixco Reyna, en la cual se modificó el Pacto Social de la referida sociedad, en la parte relativa al capital social mínimo de la sociedad, inscrita en el Registro de Comercio al número CUARENTA Y CINCO del Libro UN MIL SETECIENTOS SESENTA Y DOS del Registro de Sociedades el día doce de diciembre de dos mil dos; e) Credencial de Elección de Junta Directiva de la referida sociedad, extendida el día dieciséis de julio de dos mil doce, por el Secretario de la Junta General Ordinaria de Accionistas, señor Walter Edgardo Ventura Rivera, en la que consta que en sesión de Junta General Ordinaria de Accionistas celebrada en esta ciudad a las doce horas del día dieciséis de julio de dos mil doce, por unanimidad de los socios se acordó reelegir a los miembros de la Junta Directiva de la Sociedad, quedando nuevamente electo como Director Presidente el señor Manuel Antonio Meléndez Morán, para un período de tres años contados a partir de la fecha de inscripción en el Registro Comercio, inscrita al número CIENTO QUINCE del Libro DOS MIL NOVECIENTOS OCHENTA Y CUATRO del Registro de Sociedades del Registro de Comercio el día cinco de septiembre de dos mil doce; Y **ME DICEN**: que reconocen como suyas las firmas que calzan el anterior contrato, suscrito en esta ciudad el día de hoy, así como las obligaciones que respaldan, según las cuales a solicitud de la Unidad de Comunicación de Social de la Alcaldía, el Concejo Municipal autorizó prorrogar en el plazo del contrato por **DOS MESES** contados a partir del **uno de enero de dos mil catorce al veintiocho de febrero de dos mil catorce ambas fechas inclusive** por la cantidad de **CUARENTA MIL DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA IVA INCLUIDO**, monto que incluye el servicio de pauta en diferentes medios de comunicación, Radio, Prensa Escrita, Televisión y medios alternativos, para continuar con el servicio de Contratación de Servicios Profesionales de Publicidad para Divulgación de Acciones, Obras, Actividades y Servicios de la Alcaldía Municipal de San Salvador a través de Diferentes Medios de Comunicación derivado de la Licitación Pública AMSS DOS- DOS MIL TRECE; por tal razón el Concejo Municipal en Sesión Extraordinaria celebrada el día diecisiete de diciembre de dos mil trece, otorgó el Acuerdo Municipal número CUATRO PUNTO OCHO en el cual se autoriza la prorrogar por **DOS**

MESES contados a partir del uno de enero de dos mil catorce al veintiocho de febrero de dos mil catorce ambas fechas inclusive por la cantidad de CUARENTA MIL DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA IVA INCLUIDO, monto que incluye el servicio de pauta en diferentes medios de comunicación, Radio, Prensa Escrita, Televisión y medios alternativos para continuar con el servicio Contratación de Servicios Profesionales de Publicidad para Divulgación de Acciones, Obras, Actividades y Servicios de la Alcaldía Municipal de San Salvador a través de Diferentes Medios de Comunicación, además la sociedad RECEPTOR, S.A. DE C.V. entregará a la Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional dentro del plazo de cinco días hábiles posteriores al recibo de la prórroga legalizada ampliación de la Fianza de Cumplimiento de Contrato a favor de la Alcaldía hasta el treinta y uno de marzo de dos mil catorce. Hago constar que tuve a la vista los documentos que acreditan que el contratista no tiene impedimentos, incapacidades o inhabilidades para ofertar o contratar. Son auténticas las firmas relacionadas, por haber sido reconocidas como suyas por los comparecientes a mi presencia, a quienes impuse de los efectos legales de la presente acta Notarial que consta de tres hojas útiles que comienzan al pie del documento que se autentica, y leída que les hube íntegramente lo escrito en un sólo acto, manifestaron su conformidad, ratificaron el contenido y para constancia juntos firmamos. DOY FE.-


Licda. Gloria Margarita Calderón-Sol de Onate


Sr. Manuel Antonio Meléndez Morán


Lic. Exequiel José Moreno Retana
Notario



Anexo 3. Contratación de servicios publicitarios ítem #7 del cuadro.

ALCALDIA MUNICIPAL DE SAN SALVADOR									
UNIDAD DE ADQUISICIONES Y CONTRATACIONES DE LA ALCALDIA MUNICIPAL DE SAN SALVADOR									
CUADRO DE CONTROL DE CONTRATOS AÑO 2011									
LICITACIONES PUBLICAS									
Nº	Nombre y Número de la Licitación	Nº de Acuerdo de Aprobación de Bases	Nº de Acuerdo de Aprobación de Informe de la CEO	Monto Total Adjudicado	Empresas Adjudicatarias y monto Adjudicado	Fecha del Contrato	Plazo del Contrato	Nº de Fianza, Plazo y Vencimiento	Observaciones
1	LP-AMSS-01-2011 SUMINISTRO DE COMBUSTIBLE DIESEL Y GASOLINA REGULAR EN CUPONES PARA LA ALCALDIA MUNICIPAL DE SAN SALVADOR	Nº 5.2 DE SESION ORDINARIA DE FECHA 11 DE ENERO DE 2011	5.4 DE SESION EXTRAORDINARIA DEL DIA 22 DE FEBRERO DE 2011	\$ 400,050.00	ALBA PETROLEOS DE EL SALVADOR, SEM DE C.V. US\$ 400,050.00	6 de abril de 2011	31 de diciembre de 2011	FG-32,335 POR US\$ 60,007.50	NINGUNA
2	LP-AMSS-02-2011 SUMINISTRO DE LLANTAS PARA LA FLOTA DE VEHICULOS DE LA ALCALDIA MUNICIPAL DE SAN SALVADOR	Nº 5.7 DE SESION ORDINARIA DE FECHA 15 DE ENERO DE 2011	4.7 DE SESION ORDINARIA DE FECHA 15 DE MARZO DE 2011	\$ 58,441.40	DOÑO US\$ 6,780.50, NUÑEZ US\$ 29,635.66, IMPRESA US\$ 20,180.80 Y ILATSA US\$ 1,852.99	DOÑO 11 DE ABRIL DE 2011, NUÑEZ 8 DE ABRIL DE 2011, ILATSA 16 DE MAYO DE 2011, IMPRESA 8 DE ABRIL DE 2011	31 DE DICIEMBRE DE 2011	SN US\$ 1,018.50 DOÑO, FG-57,835 US\$ 4,445.80 Y NUÑEZ, S.A DE C.V., ILATSA, IMPRESA FG-57,873 US\$ 3,027.12	NINGUNA
3	LP-AMSS-03-2011-1.-CONSTRUCCION DE MURO DE MAMPOTERIA DE PIEDRA (COLONIA BERNAL) 2.-CONSTRUCCION DE MURO Y OBRAS DE PROTECCION (ESCALON NORTE PASAJE SUZA) 3.- EMPEDRADO FRAGUADO DE PASAJE LOS NARANJOS 100M. COMUNIDAD 15 DE SEPTIEMBRE DISTRITO DOS	Nº 6.8 DE SESION EXTRAORDINARIA DE FECHA 25 DE ENERO DE 2011	4.4 DE SESION EXTRAORDINARIA DE FECHA 13 DE ABRIL DE 2011	\$ 191,011.54	VIGIL FLORES INGENIEROS, S.A. DE C.V. US\$ 191,011.54	30 DE ABRIL DE 2011	Proyecto 1 45 días, Proyecto 2 60 días y Proyecto 3 80 días	FS-2011-1164 ANTICIPO US\$ 67,3003 46. FIEL CUMPLIMIENTO FS-2011-1163 US\$ 28,851 73. BO FS-2011-4252 US\$ 21,090 05	NINGUNA
4	LP-AMSS-04-2011.- INTRODUCCION DE AGUAS NEGRIAS EN 11 VIVIENDAS (COLONIA RUBIO) 2.-CONSTRUCCION DE MURO DE CONTENCIÓN (SOLMLET Y MOLINO NUEVO) 3.- EMPEDRADO FRAGUADO CON SUPERFICIE DE	Nº 6.9 DE SESION EXTRAORDINARIA DE FECHA 25 DE ENERO DE 2011, SE SOLICITARA MODIFICACION		\$ -					SE DEJO SIN EFECTO Y PASO A SER LA LP-07-AMSS-2011
6	LP-AMSS-05-2011.-AMPLIACION DE CASA COMUNAL (CORAZON DE MARIA B 2.-CONSTRUCCION DE CLINICA Y SALON DE USOS MULTIPLES (TOMANA). 3.-CONSTRUCCION DE PUENTE PEATONAL (JOSE CECILIO DEL VALLE) 4.-MEJORAMIENTO DE CAMINO VECINAL CASERIO MENDEZ MALDONADO, CANTON SAN ISIDRO LOS PLANES (SAN ISIDRO LOS PLANES. 5.- CAMBIO DE TECHO EN CASA COMUNAL (LAS PALMAS) DISTRITO TRES	Nº 6.10 DE SESION EXTRAORDINARIA DE FECHA 24 DE ENERO DE 2011	5.7 DE SESION ORDINARIA DE FECHA 27 DE ABRIL DE 2011	\$ 130,128.56	ALCONSA US\$ 83,939.36, C-E INVERSIONES US\$ 46,289.20	ALCONSA 19 DE MAYO DE 2011 Y C-E INVERSIONES 16 DE MAYO DE 2011	ALCONSA PROYECTO 1 75 DIAS, PROYECTO 2 90 DIAS, PROYECTO 3 75 DIAS, PROYECTO 4 30 DIAS, CE INVERSIONES 65 DIAS	ALCONSA FCC 2198,456 US\$ 6,831.231 HASTA 16/05/2012. BIA 219,456 US\$ 13,882.46 HASTA 16/05/2011, CE INVERSIONES, ALCONSA BIA US\$ 25,178.11, FCC US\$ 12,588.05, ALCONSA BO US\$ 1,229.42	NINGUNA
6	LP-AMSS-06-2011 CONTRATACION DE SERVICIOS PROFESIONALES DE PUBLICIDAD PARA EL FORTALECIMIENTO DE IMAGEN Y CREACION DE IDENTIDAD PARA LA ALCALDIA MUNICIPAL DE SAN SALVADOR	Nº 5.7 DE SESION ORDINARIA DE FECHA 01 DE MARZO DE 2011	5.10 DE SESION ORDINARIA DEL DIA 27 DE ABRIL DE 2011	\$ 475,000.00	RECEPTOR, S.A. DE C.V. US\$ 474,000.00	24 de mayo de 2011	31 de diciembre de 2011	Nº 220,583 US\$ 71,250 VIGENTE 5/05/2011 AL 01/01/2012	NINGUNA
7	LP-AMSS-07-2011 CONSTRUCCION DE LA FUNERARIA MUNICIPAL DEL MUNICIPIO DE SAN SALVADOR	6.8 DE SESION ORDINARIA DE LA JUNTA DIRECTIVA DE CEMENTERIOS DE FECHA 12 DE	8 DE LA JUNTA DIRECTIVA DE LA ADMINISTRACION MUNICIPAL DE CEMENTERIOS DE FECHA 15 DE ABRIL	\$ 230,000.00	ING. OCHOA	5 DE MAYO	180 DIAS DE EJECUCIÓN	FIEL CUMPLIMIENTO Nº 218-783 US\$ 34,500.00. BUENA INVERSION DE ANTICIPO	NINGUNA
8	LP-08-2011 PROYECTOS DISTRITO 6	Nº 6.10 DE SESION ORDINARIA DEL DIA 01 DE MARZO DE 2011	6.16 DE SESION ORDINARIA DE FECHA 21 DE JUNIO DE 2011	\$ 311,047.93	CONSOLIDADA DE LA PAZ, S.A. DE C.V. US\$ 311,047.93	29 DE JULIO DE 2011	MAXIMO PLAZO 90 DIAS	FIANZA FCC Nº 223,056 POR US\$ 46,657.19	NINGUNA
9	LP-09-2011 PROYECTOS DISTRITO 6	Nº 5.11 DE SESION ORDINARIA DE FECHA 01 DE MARZO DE 2011	5.13 DE SESION ORDINARIA DEL DIA 21 DE JUNIO DE 2011	\$ 216,139.16	TALLER INTERNACIONAL DE ARQUITECTURA Y DISEÑO US\$ 81,784.91 Y DESARROLLO DE PROYECTOS DE INGENIERIA, S.A. DE C.V. US\$	PROYECTOS DE INGENIERIA 8 DE JULIO DE 2011	90 DIAS MAXIMO.	FCC 1) Nº 223,031 US\$ 14,067.72. 2) 222175 US\$ 18353.16. BIA 222174 US\$	NINGUNA
10	LP-AMSS-10-2011 PROYECTOS D-1	Nº 4.2 DE SESION ORDINARIA DE FECHA 15 DE MARZO DE 2011	Nº 5.9 DE SESION ORDINARIA DE FECHA 21 JUNIO 2011	\$ 195,874.98	JEMCO, S.A. DE C.V. US\$ 196,874.98	JEMCO 13 DE JULIO DE 2011	JEMCO 90 DIAS	Nº 223,025 US\$ 28,391.26, Nº 223,026 BIA US\$ 58,782.49	NINGUNA
11	LP-AMSS-11-2011 ADQUISICION DE EQUIPO PARA MANTENIMIENTO VIAL DEL MUNICIPIO DE SAN SALVADOR	Nº 4.11 DE SESION ORDINARIA DEL DIA 15 DE MARZO DE 2011	Nº 6.7 DE SESION ORDINARIA DE FECHA 7 DE JUNIO DE 2011	\$ 203,577.47	CONSTRUMARKET US\$ 62,858.00, GRUPO Q US\$ 19,929.00, RENDICA US\$ 116,90.00, OXGASA US\$ 2,032.47	OXGASA 5 DE JULIO DE 2011, CONSTRUMARKET 5 DE JULIO, GRUPO Q 6 DE JULIO	OXGASA, CONSTRUMARKET 30 DIAS CALENDARIO	GRUPO Q Nº 1018859 US\$ 2,828.55, CONSTRUMARKET FS-2011-2481 US\$ 8,443.25	NINGUNA
12	LP-AMSS-12-2011 SUMINISTRO DE CALZADO EN CUPONES PARA PERSONAL DE LA ALCALDIA MUNICIPAL DE SAN SALVADOR	4.6 DE SESION ORDINARIA DE FECHA 4 DE ABRIL DE 2011	Nº 4.6 DE SESION EXTRAORDINARIA DE FECHA 14 DE JUNIO DE 2011	\$ 168,807.90	MERIDA US\$ 167,116.54 Y OXGASA US\$ 1,690.96	MERIDA 5 DE JULIO DE 2011, OXGASA 7 DE JULIO DE 2011	MERIDA 30 DIAS, OXGASA 30 DIAS	FFC 222,632 POR US\$ 25,067.54 DEL 16/7/2011 AL 31/12/2011	NINGUNA
13	LP-AMSS-13-2011 SERVICIOS DE GESTION TRIBUTARIA PARA LA ALCALDIA MUNICIPAL DE SAN SALVADOR	5.9 DE SESION ORDINARIA DEL DIA 27 DE ABRIL DE 2011	Nº 6.2 DE SESION EXTRAORDINARIA DEL 13 DE SEP DE 2011				DESIERTA		

Anexo 4. Contratación de servicios de consultoría en redes sociales.



ALCALDIA MUNICIPAL DE SANTA TECLA
UNIDAD DE ADQUISICIONES Y CONTRATACIONES INSTITUCIONAL



LG-28/2015	"SERVICIO DE FUMIGACION Y CONTROL DE PLAGAS EN EDIFICIO ADMINISTRATIVO, PALACION DE BELLAS ARTES Y LA CULTURA, GIMNASIO ADOLFO PINEDA, ARCHIVO MUNICIPAL DE LA ALCALDIA MUNICIPAL DE SANTA TECLA"	\$2,000.00	31/08/2015	4 MESES	ADJUDICADO	JOSEFINA HELENA GUARDADO DE GIRONES	LIC. EDMUNDO DE JESUS DIAZ PEREZ
LG-29/2015	"SALA DE VELACION MUNICIPAL DE SANTA TECLA"	\$11,943.32	17/08/2015	4 MESES	ADJUDICADO	AMCO ESTRUCTURAS, S.A. DE C.V.	ARQ. CARLOS ADRIAN MONTERROSA HERNANDEZ
LG-30/2015	MANTENIMIENTO Y REPARACION DE SISTEMAS DE BOMBEO DE PARQUE ACUATICO, CUARTA CONVOCATORIA"	\$15,000.00	02/09/2015	3 MESES	ADJUDICADO	SIEF, S.A. DE C.V.	SR. ELENILSON MARTINEZ ASCENCIO
LG-31/2015	"ACONDICIONAMIENTO DE ESPACIOS PARA CLINICAS MERCADO DUEÑAS"	\$4,801.19	31/08/2015	4 MESES	ADJUDICADO	JOSUE DAVID CIUDAD REAL ZALDAÑA	JOSE ALEJANDRO GUTIERREZ GARCIA
LG-32/2015	"COMPRA DE MEDICAMENTOS E INSUMOS MEDICO ODONTOLOGICOS PARA USO DE CLINICAS SOLIDARIAS MUNICIPALES"	SE ELABORARON ORDENES DE COMPRA NUMERO: 115,116,117, 118, 129,130,131 Y 132					
LG-33/2015	SERVICIO DE CONSULTORIAS EN PLATAFORMA DE REDES SOCIALES	\$7,450.00	25/08/2015	4 MESES	ADJUDICADO	EMARKETING EVOLUTION, S.A. DE C.V.	LICDA. ISABEL AUDELIA MELARA



ALCALDIA MUNICIPAL DE SANTA TECLA
UNIDAD DE ADQUISICIONES Y CONTRATACIONES INSTITUCIONAL



LG-34/2015	CONSULTORIA COMUNICACIONAL ESTRATEGICA DE LINEA GRAFICA	\$7,500.00	07/09/2015	3 MESES	ADJUDICADO	AMBAR MARIA ESTRADA SANCHEZ	LICDA. ISABEL AUDELIA MELARA
LG-35/2015	"SERVICIO DE VIDEO, PRODUCCIÓN Y EDICIÓN PARA MEDIOS DE COMUNICACIÓN, REDES SOCIALES Y PAGINA WEB "	\$9,000.00	28/10/2015	2 MESES	ADJUDICADO	FELIPE OSWALDO RUIZ LOPEZ	LICDA. ISABEL AUDELIA MELARA
LG-36-2015	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN PERIODICOS IMPRESOS : LA PRENSA GRAFICA , EL DIARIO DE HOY Y	\$10,000.00	23/10/2015	2 MESES	ADJUDICADO	DUTRIZ HERMANOS, S.A. DE C.V.	LICDA. ISABEL AUDELIA MELARA
		\$5,000.00	23/10/2015	2 MESES	ADJUDICADO	EDITORIA EL MUNDO, S.A.	LICDA. ISABEL AUDELIA MELARA
CD-03/2015	SERVICIO DE ARRENDAMIENTO DE FOTOCOPIADORAS PARA LA ALCALDIA MUNICIPAL DE SANTA TECLA.	\$3,500.00	02/10/2015	2 MESES	ADJUDICADO	RICOH EL SALVADOR, S.A. DE C.V.	ING. NEFTALI ESCOBAR ALFARO
LG-37/2015	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN PERIODICO IMPRESO : EL DIARIO DE HOY	EN ESPERA DE CERTIFICACION DEL ACUERDO MUNICIPAL					
LG-38-2015	UNIFORMES DEPORTIVOS DE LAS ESCUELAS MUNICIPALES	EN ESPERA DE CERTIFICACION DEL ACUERDO MUNICIPAL					
LG-39/2015	COMPRA DE PELOTAS	EN EVALUACION DE OFERTA					
LG-40/2015	SERVICIOS PROFESIONALES ESTRATEGICOS	EN EVALUACION DE OFERTA.					

Anexo 5. Guía de observación.

HOJA DE REGISTRO

Fecha: _____

Ubicación: _____

Situación observada y contexto: _____

Tiempo de observación: _____ Observadora: _____

Aspectos	Siempre	A veces	Nunca	Observación
Los materiales publicitarios motivan a la gente				
Realizan actividades de interés al público				
Participación ciudadana				
Promueve la alcaldía el evento				
Se destaca la importancia del evento en el municipio				
	Adecuado	Inadecuado	Nunca	
Como es la organización del evento				

Anexo 6.

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES



CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS EMPRESARIOS Y COMERCIANTE
DEL CASCO URBANO, DEL MUNICIPIO DE SAN PEDRO NONUALCO.

Estimado/a Señor/a/ita

Buenos días (tardes) somos egresada(o)s de la carrera Licenciatura en Artes Plásticas Opción Diseño Gráfico de la Universidad de El Salvador, estamos realizando una investigación sobre el potencial turístico del municipio y del evento festivo Noches Panchagueras Sampedranas, la información que nos brinde será utilizada únicamente y exclusivamente para fines académicos, agradecemos de antemano su valiosa colaboración en el desarrollo del siguiente cuestionario.

1. Cree usted que es importante tener un evento cada fin de mes en San Pedro Nonualco que ayude a la economía local.
2. Observa usted diversidad de productos que ofrecen los comerciantes en el evento festivo Noches Sampedranas.
3. Considera usted que la publicidad puede llegar a contribuir de forma positiva al buen desarrollo de los eventos festivos.
4. ¿Considera importante darle publicidad a los atractivos turísticos de San Pedro Nonualco?
5. ¿Cree que es importante que el municipio tenga una marca o logo turística para los eventos festivos que se realizan?
6. ¿Qué colores recomendaría utiliza en la marca o logo turístico de San Pedro Nonualco?
7. Mencione una fruta que identifique a San Pedro Nonualco.
8. Defina en una o dos palabras lo que es ser un Sampedrano.
9. ¿Cuáles son los lugares en San Pedro Nonualco que considera que tiene mayor atractivo y potencial turístico?
10. A su punto de vista, ¿Qué aspectos deben mejorarse en el municipio de San Pedro Nonualco para atraer turistas?

Anexo 7.

San Pedro Nonualco, La Paz, 9 de mayo de 2016

Junta Directiva de la Caja de Crédito de San Pedro Nonualco.

Calle Jesús Peña, Barrio El Centro,
San Pedro Nonualco.

Reciban un especial saludo de parte Karla Gómez y Oscar Moreno estudiantes Egresados de la carrera de artes plásticas, opción diseño gráfico, de la Universidad de El Salvador.

Actualmente estamos realizando nuestro proceso de grado para optar al título de Licenciado, desarrollamos la imagen y marca turística del evento festivo Noches Sampedranas, se propone además buscar el apoyo y la participación de los diferentes actores sociales del municipio como la alcaldía municipal, la empresa privada, los vendedores que participan en el evento y los sectores juveniles, todo esto para mejorar la organización, las actividades y experiencias que se brindan en el evento.

Las Noches Sampedranas tienen como objetivo general:

Implementar actividades turísticas, culturales y artísticas en las cuales la familia se divierta sanamente y que al mismo tiempo se impulse la economía local.

El próximo sábado 28 de mayo queremos dar un giro diferente al evento, impulsando actividades culturales, promoviendo participación de los jóvenes del municipio, dar opciones de traslado a posibles turistas de los municipios aledaños, realizar rifas para los asistentes al evento y lo más importante es darle publicidad al evento durante el mes para lograr el posicionamiento de la marca turística del evento festivo Noches Sampedranas.

Por medio de la presente, le damos las gracias por el apoyo que como empresa han tenido en años anteriores a las actividades que se han desarrollado dentro del municipio como por ejemplo el aporte al evento "X Feria de la Fruta nominada Caja de Crédito San Pedro Nonualco", es con base a esto que nos dirigimos a ustedes como encargados de la organización del evento festivo "Noches Sampedranas" para pedirle de su aporte para el evento que se realizara el sábado 28 de mayo.

Por eso solicitamos de su valioso aporte en cualquiera de los aspectos establecidos en el cuadro de presupuesto que se adjuntó a la carta.

Dentro de las ventajas y beneficios que obtendrán al darnos su aporte están:

- La imagen de la empresa se vería fortalecida al brindar apoyo en actividades que buscan beneficiar al municipio.
- Se fortalecerá las relaciones entre instituciones.
- Si se da un fortalecimiento económico dentro del municipio por medio de los eventos, la Caja de Crédito podría aumentarse la demanda de los diferentes servicios que ofrecen.
- Como encargados de la publicidad nos comprometemos en difundir la marca de la empresa de manera positiva en todas las actividades de difusión que se realicen para el evento.
- La marca será ubicada en la parte de los patrocinadores en el caso de la publicidad impresa y la de redes sociales.
- En cuñas radiales se mencionará como los patrocinadores del evento.

Queremos a invitarlo a que visite la fan page del evento Noches Sampedranas para que pueda conocer de primera mano el trabajo publicitario y de organización del evento www.facebook.com/Noches-Sampedranas.

Nota: Adjuntamos el cuadro con las especificaciones de las necesidades expuestas:

Gestión de apoyo				
Detalle	Cantidad	Costo	total	Nota
Tazas (Impresión de la marca del evento)	6	\$4.00	\$24.00	
Botellas de agua (Impresión de la marca del evento)	6	\$5.00	\$30.00	
Gorras (Impresión de la marca del evento)	6	\$5.00	\$30.00	
Bolsas de tela (Impresión de la marca del evento)	12	\$2.70	\$32.40	
Ventilador (paquete rifa mamá)	1	\$15.00	\$15.00	
Historiantes o grupo de danza	1	\$75.00	\$75.00	
Batucada o grupo de música de jóvenes	1	\$55.56	\$55.56	
Buses turísticos	1	\$80.00	\$80.00	
Pinta caritas	1	\$25.00	\$25.00	
Premio adicional para concurso				
Total			\$366.96	

Le agradecemos que se haya tomado la libertad de escuchar nuestra petición y esperamos una pronta respuesta por su parte.

Nos despedimos reiterándoles nuestro agradecimiento.

Atentamente Karla Leticia Gómez Alvarado.

Tel.61874225.

e-mail: www.karly_88@hotmail.com

Atentamente Oscar Alexander Moreno López.

Tel.7998-2115.

e-mail: alex-moren@hotmail.com

Nota: La Alcaldía Municipal de San Pedro Nonualco absorberá la mayor parte de gastos de organización y el grupo de proceso de grado dará un pequeño aporte económico que se detalla en los cuadros siguientes.

Inversión Alcaldía Municipal San Pedro Nonualco				
Detalle	Cantidad	Costo	total	Nota
Artista o Grupo principal (dos horas)	1	\$200.00	\$200.00	
Banner	4	\$15.00	\$60.00	
Camisas	25	\$4.00	\$100.00	
Volantes	1200	\$0.08	\$99.00	
Concurso de cocina 1er premio	1	\$55.00	\$55.00	
Concurso de cocina 2do premio	1	\$30.00	\$30.00	
Ayudantes (Jóvenes del municipio)	5	\$10.00	\$50.00	
Total			\$594.00	

Aporte del grupo de proceso de grado		Monto inicial		
Detalle	Cantidad	Costo	total	Nota
Llaveros (para paquete de rifa)	50	\$0.25	\$12.50	
Carnet	12	\$0.45	\$5.40	
Toallas (paquete rifa mamá)	3	\$3.50	\$10.05	
Paraguas (paquete rifa mamá)	3	\$2.80	\$8.40	
Stiker (contabilizador de asistentes y para rifa)	525	\$0.03	\$15.75	
Publicidad en Facebook (publicaciones pagadas)	4	\$2.00	\$8.00	
Señalética	8	\$10.00	\$80.00	
Total			\$140.10	

Ejemplo de propuesta publicitaria con patrocinadores.

Noches Sampedranas

En San Pedro Nonualco, La Paz
Cada último sábado del mes
tenemos para ti un evento
gastronómico.

Invitan: Alcalde José Alfredo Hernández
y el Concejo Municipal.

Patrocinan:

- Caja de Crédito SAN PEDRO NONUALCO
Queremos darte una mano
PBX:2393-9393
- ALCALDIA MUNICIPAL
- escuela de artes

Anexo 8.

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES



CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS EMPRESARIOS Y COMERCIANTE
DEL CASCO URBANO, DEL MUNICIPIO DE SAN PEDRO NONUALCO.

Estimado/a Señor/a/ita

Buenos días (tardes) somos egresada(o)s de la carrera Licenciatura en Artes Plásticas Opción Diseño Gráfico de la Universidad de El Salvador, estamos realizando una investigación sobre el potencial turístico del municipio y del evento festivo Noches Panchagueras Sampedranas, la información que nos brinde será utilizada únicamente y exclusivamente para fines académicos, agradecemos de antemano su valiosa colaboración en el desarrollo del siguiente cuestionario.

1. ¿Le gusto el evento festivo Noches Sampedranas realizado el 28 de mayo?
2. ¿Qué actividad le gusto más del evento Noches Sampedranas realizado el 28 de mayo?
3. ¿Cree usted que el evento Noches Sampedranas tiene potencial para ser un evento grande? como por ejemplo la feria de la fruta
4. ¿Considera que la creación de este tipo de eventos impulsados por parte de la alcaldía podría atraer a turistas y ayudar al mejorar la economía del municipio?
5. ¿Qué recomendaciones puede dar para la mejora en la realización de futuros evento En San Pedro Nonualco?

Anexo 9.

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES



CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS EMPRESARIOS Y COMERCIANTE
DEL CASCO URBANO, DEL MUNICIPIO DE SAN PEDRO NONUALCO.

Estimado/a Señor/a/ita

Buenos días (tardes) somos egresada(o)s de la carrera Licenciatura en Artes Plásticas Opción Diseño Gráfico de la Universidad de El Salvador, estamos realizando una investigación sobre el potencial turístico del municipio y del evento festivo Noches Sampedranas, la información que nos brinde será utilizada únicamente y exclusivamente para fines académicos, agradecemos de antemano su valiosa colaboración en el desarrollo del siguiente cuestionario.

1. ¿Cree usted que el evento Noches Sampedranas tiene potencial para ser un evento grande más adelante, como por ejemplo la feria de la fruta?
2. ¿Considera que la creación de este tipo de eventos impulsados por parte de la alcaldía podría atraer a turistas y ayudar al mejorar la economía del municipio?
3. ¿Qué recomendaciones puede dar para la mejora en la realización de futuros evento En San Pedro Nonualco?
4. ¿Desde su punto de vista que actividad genera más interés para las personas en el evento Noches Sampedranas?
5. ¿Considera que la publicidad que se realizó para este evento contribuyó de forma Positiva al buen desarrollo del evento?
6. ¿Estaría dispuesto más adelante a contribuir al evento económicamente o de alguna manera para la contratación de artistas o la implementación de actividades diversas?
7. Tomando como punto de partida este evento pasado realizado el 28 de mayo y comparándolo con los anteriores considera que vendió:

Anexo 10.

BASES PARA EL 1º CONCURSO DE COCINA SAMPEDRANA.

“COCINA CREATIVA SAMPEDRANA” (COMIDA TÍPICA REGIONAL)

OBJETIVOS:

Fortalecer el desarrollo de la gastronomía típica Sampedrana.

Visualizar el aporte de la gastronomía típica regional al desarrollo del turismo y de los pueblos.

Fortalecer la relación entre la gastronomía, el turismo y el desarrollo de los pequeños productores agrarios.

Descubrir la habilidad y la creatividad culinarias de los participantes para diseñar recetas con base a la naranja.

Promover el consumo del principal recurso de San Pedro Nonualco a través de la elaboración de recetas.

PARTICIPANTES:

Podrán participar todas las personas de cualquier sexo, mayores de 18 años, Sampedrano.

TEMA DEL CONCURSO

Cocina creativa Sampedrana
(Comida típica regional)

INSCRIPCION

La inscripción es gratuita, y será acompañada de la ficha de inscripción correspondiente donde irán sus datos

EL JURADO

Será compuesto por un chef profesional, un profesional en el área de diseño y creatividad y un integrante del comité de la Alcaldía de San Pedro Nonualco.

ETAPAS DEL CONCURSO

Fecha limite 25 de mayo de 2016

Presentación del plato sábado 28 de mayo de 2016 a las 8:30 pm

Entrega y resultados de premiación sábado 28 de mayo de 2016 9:00 pm

PROCESO DE EVALUACION

- La evaluación se realizará por platos que su base sea la Naranja.
- Se evaluará presentación
- Innovación para la elaboración del plato (receta original, no bajada de internet.)
- Sabor

Creatividad. (Decoración de platillo)

- Cada participante llevará la fecha establecida su receta elaborada.
- Explicación de su platillo (tendrán 5 minutos para exponer su creación.).

PREMIACIÓN:

Se premiará primero y segundo lugar

PREMIO

1° lugar \$55.00 y un diploma de reconocimiento de primer lugar.

2° lugar \$30.00 y un diploma de reconocimiento de segundo lugar.

DESCALIFICACION

- Los participantes deben registrarse media hora antes del concurso si no llegan a la hora indicada serán descalificadas,
- Cualquier actitud violenta o inadecuada durante del evento de algún participante serán descalificadas.
- No podrá participar empleados de la Alcaldía Municipal de San Pedro Nonualco.

Anexo 11. Entrega oficial del manual al Alcalde de San Pedro Nonualco José Alfredo Hernández Romero y finalización del proyecto con la institución.





ALCALDIA MUNICIPAL DE SAN PEDRO NONUALCO
CALLE JESUS PEÑA Y 2ª AVENIDA NORTE, BARRIO EL
CENTRO
SAN PEDRO NONUALCO, DEPARTAMENTO DE LA PAZ
TELEFONO: 2333 - 8500
TELEFAX: 2334 - 9004



Reciba de parte y en nombre de la municipalidad de San Pedro Nonualco un especial saludo esperando se encuentre gozando de éxitos.

Por medio de la presente, damos por finalizado el proyecto que tenía por nombre "elaboración de propuesta gráfica aplicado al evento festivo sampedrano, enmarcando la propuesta gráfica en un manual de marca e imagen turística" agradecemos el aporte brindado a la municipalidad y estamos comprometidos a darle seguimiento al proyecto en la medida de las posibilidades que como institución tenemos.

No omitimos reiterar los agradecimientos para con la Universidad de El Salvador, específicamente a la Escuela de Artes y en especial a los Alumnos que desarrollaron el proyecto.

Sin más que agregar me despido reiterándoles mis saludos.

José Alfredo Hernández Romero

Alcalde Municipal



**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES.
ESCUELA DE ARTES.**



TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

**ELABORACIÓN DE PROPUESTA GRÁFICA APLICADO AL
EVENTO FESTIVO SAMPEDRANO, ENMARCANDO LA
PROPUESTA GRÁFICA EN UN MANUAL DE MARCA E
IMAGEN TURÍSTICA.**

PRESENTADO POR:

Gómez Alvarado, Karla Leticia GA08037.

Moreno López, Oscar Alexander ML07029.

PERFIL DE INVESTIGACIÓN:

**PARA OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIADOS EN ARTES
PLÁSTICAS / OPCIÓN DISEÑO GRÁFICO.**

LIC. RENÉ FRANCISCO JIMÉNEZ.

DOCENTE ASESOR

LICDA. LIGIA DEL ROSARIO MANZANO MARTÍNEZ.

COORDINADORA GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

SEPTIEMBRE, 2015

CIUDAD UNIVERSITARIA, SAN SALVADOR, EL SALVADOR.

ÍNDICE.

	Págs.
3. INTRODUCCIÓN. _____	4
4. PROPUESTA DEL TEMA. _____	5
4.1 Título de la investigación _____	5
4.2 Descripción del tema. _____	5
4.3 Delimitación Espacio Temporal. _____	6
5. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA. _____	6
5.1 Situación Problemática. _____	6
5.2 Formulación del problema. _____	8
5.3 Justificación. _____	8
6. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN. _____	11
6.1 Objetivos generales. _____	11
6.2 Objetivos específicos. _____	11
7. MARCO DE REFERENCIA DEL PROBLEMA. _____	12
7.1 Antecedentes del problema. _____	12
7.2 Bases teórico científicas. _____	16
7.3 Definición de términos básicos. _____	18
8. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES. _____	20
8.1 Preguntas de investigación. _____	20
8.2 Operacionalización de variables. _____	20
8.2.1 Unidades de Análisis. _____	20
8.2.3 Variable Independiente. _____	21
8.2.4 Variable dependiente. _____	21

9. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.	21
9.1 Tipo de estudio.	22
9.2 Población, Muestra de estudio y muestreo.	22
9.3 Métodos, Técnicas e Instrumento de Recolección de Datos.	23
9.4 Plan de Procesamiento para Análisis de Datos.	24
10. CAPITULADO TENTATIVO.	26
11. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.	28
12. ACTIVIDADES Y RECURSOS.	31
12.1 Cronograma de actividades.	31
12.2 Presupuesto.	33
12.3 Anexo.	35

INTRODUCCIÓN

Dentro de este documento se busca establecer los aspectos fundamentales de la investigación que tiene como objetivo la “elaboración de propuesta gráfica publicitaria para promocionar eventos sociales cultural, aplicándolo al evento “Noches Pachangueras Sampedranas” del municipio de San Pedro Nonualco del departamento de la paz”, donde se busca impulsar el aspecto cultural y comercial competitivo del municipio de San Pedro Nonualco, se establecen actividades culturales de participación ciudadana en beneficio de la actividad comercial que acompaña a este tipo de iniciativas, enmarcando la propuesta gráfica en un manual de imagen que brindará herramientas básicas de publicidad para personal de la alcaldía con conocimientos básicos en Photoshop, para la investigación se analizará las técnicas y procedimientos para la recolección de datos e información, donde se destacará la recopilación de información bibliográfica la cual fundamenta los antecedentes del problema y el marco teórico histórico, entrevistas a informantes claves, encuestas y donde se permitirán tener un visión más actual de la situación del objeto de estudio, la observación servirá para analizar mejor las necesidades reales y la percepción de los participantes del evento, también es muy importante establecer conceptos básicos en función de la investigación, dichos conceptos se ordenan tomando en cuenta el formato APA lo que permitirá un fácil acceso de la información y un manejo ordenando de la misma.

Se describirán aspecto formales de la investigación como los objetivos, la metodología a utilizar, un cronograma de actividades, dos presupuesto uno sobre los gastos del desarrollo de la investigación y un segundo presupuesto sobre el valor total de la propuesta de los servicios a realizarse, los aspectos mencionados son vitales para la comprensión de la importancia de la investigación y son determinantes para establecer la forma de ejecución, procurando tenerlos como guía para obtener los resultados esperados.

Al establecer el capitulo tentativo de la investigación dentro de este documento se estará estableciendo los parámetros que se reflejarán dentro del informe final.

4. PROPUESTA DEL TEMA.

4.1 Título de la investigación.

ELABORACIÓN DE PROPUESTA GRÁFICA APLICADO AL EVENTO FESTIVO SAMPEDRANO, ENMARCANDO LA PROPUESTA GRÁFICA EN UN MANUAL DE MARCA E IMAGEN TURÍSTICA.

PROPUESTA: ALCALDÍA MUNICIPAL DE SAN PEDRO NONUALCO, DEPARTAMENTO DE LA PAZ, EL SALVADOR EN EL AÑO 2015.

4.2 Descripción del tema.

Podemos definir este trabajo como el esfuerzo publicitario de destacar los aspectos turístico, cultural y comerciales del municipio de San Pedro Nonualco a través de un evento festivo social cultural, se busca proponer el diseño de una imagen corporativa junto a una estrategia publicitaria, con la finalidad de darle difusión al evento festivo, además de sugerir actividades dentro del evento para que la población tenga espacios de esparcimiento y de expresión artística personal o colectiva.

Es necesaria la realización de un análisis el cual muestre el tipo de necesidades que posee el evento en el aspecto publicitario, de organización y de actividades culturales, pues el esfuerzo publicitario está enfocado en solventar dichas necesidades para beneficio de los emprendedores y microempresarios que participan en el evento.

El proyecto requiere conocer a las instituciones y personal encargados de la organización del evento, sectores culturales, juveniles, empresa privada y emprendedores del municipio pues la propuesta estará enfocada en abrir

espacios de participación para la organización del evento, con la finalidad que todos los sectores sociales del municipio se empoderen y mejoren el desarrollo del evento incluyendo el aspecto publicitario.

4.3 Delimitación Espacio Temporal.

Investigación que se realizará durante el año 2015 e inicios del año 2016, en el municipio de San Pedro Nonualco del departamento de la Paz, ejecutándose en el periodo estipulado entre el 16 de Septiembre de 2015 al 30 de Mayo de 2016.

5 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

5.1 Situación Problemática.

Hablar del municipio de San Pedro Nonualco es referirse a un lugar con potencial turístico en cuanto a recursos naturales y recursos culturales, pero que en este último aspecto carece de actividades que sirvan de exposición para dar a conocer el municipio y ser atractivo para personas nacionales como extranjeros.

En el municipio de San Pedro Nonualco encontramos la casa de la cultura que se posiciona como una institución educativa que está enfocada en las artes como las artes escénicas (música, danza, teatro, etc.), las artes visuales (pintura, dibujo, fotografía, etc.), la enseñanza está dirigida tanto a los jóvenes de la zona central como a los de las zonas rurales del municipio, también se han formado diferentes grupos, gremios y asociaciones de artistas que buscan un espacio para expresar sus formas de pensamiento.

Las actividades culturales dentro de la comunidad permiten un mayor desarrollo colectivo dentro de una realidad concreta y brindan oportunidades para actuar, expresar y debatir lo que permite un enriquecimiento espiritual y de identidad con la comunidad, pero a pesar de tener las herramientas para un buen desarrollo

cultural no se dispone de un espacio para los individuos que conforman el sector cultural de la comunidad.

Pero ¿quién o quiénes son las personas o instituciones que se tiene que encargar de abrir espacios para involucrar a los ciudadanos del municipio de San Pedro Nonualco dentro del desarrollo cultural?

La municipalidad tiene la obligación de brindar espacios donde las actividades culturales estén sujetas a todas las manifestaciones de la vida cotidiana y reflejan los valores más altos de identidad de la zona, además la cultura es algo que puede orientar el crecimiento económico y social.

En este sentido la municipalidad de la zona está retomando un evento gastronómico ahora llamado evento festivo Noches Pachangueras Sampedranas que según nos dice el secretario municipal Ernesto Vides Reyes *“busca impulsar la economía y el turismo a través de la participación del comercio de la zona, dentro de los objetivos del evento se busca desarrollar actividades gastronómicas y artísticas ambas actividades deberán reflejar elementos culturales de la zona”*.

Las instituciones culturales de la zona presenta propuestas para la inserción de actividades culturales dentro de los diferentes eventos o festividades que desarrolla la municipalidad, la casa de la cultural y otros segmentos culturales de San Pedro Nonualco tiene a disposición las herramientas con las cuales puede aportar al desarrollo cultural sin embargo las autoridades de la municipalidad recientemente es que están abriendo espacios para el desarrollo artístico del municipio, buscando así la posibilidad del desarrollo sociocultural y económico del municipio.

El factor más importante que limita el desarrollo cultural, turístico y económico dentro del municipio es la poca y mala difusión que se les da las actividades culturales y a los eventos festivos impulsados por la municipalidad, pues como se mencionó anterior mente se tiene instituciones que se dedican a la enseñanza

artística, se tiene grupos, gremios, asociaciones que buscan expresarse, existe un grupo no formal de emprendedores y microempresarios, todos se reúnen dentro de los eventos impulsados por la municipalidad pero ninguno cuenta con los aspectos gráficos, ni con los canales de publicidad adecuados y no se tiene personal con las capacidades teóricas ni prácticas para desarrollar propuestas gráficas y publicitarias que pueden ayudar a mejorar el impacto de este tipo de evento.

En el país es más creciente la demanda por espacios recreativos que impulsen el turismo mediante la exposición de aspectos culturales (gastronomía, recursos naturales y artísticos), instituciones como las alcaldías buscan desarrollar este tipo de eventos para mejorar el aspecto económico, turístico y cultural del municipio, cada espacio recreativo busca los mejores mecanismos de difusión para lograr tener éxito, es por esto que surge la necesidad de contar con personal profesional en el diseño gráfico y la publicidad dentro de las municipalidad para realizar campañas publicitarias adaptadas al presupuesto de cada alcaldía.

5.2 Formulación del problema.

¿Puede la creación de una imagen y de estrategias publicitarias aplicadas a los eventos sociales culturales, servir como proyección a este tipo de actividades y proyectar a los emprendedores y microempresarios que en estos participan, a su vez ser una oportunidad de emprendimiento o de empleo para los diseñadores gráficos?

Justificación.

Actualmente según nos dice el concejal municipal Jaime Roberto Rodríguez *“el evento festivo Sampedrano busca darse a conocer solo dentro de la misma localidad, la propuesta por parte de la municipalidad busca la participación ciudadana y de instituciones culturales dentro de los eventos festivos Noches*

Pachangueras Sampedranas”, pero nose busca desarrollar los elementos gráficos y de difusión del evento para alcanzar un público más amplio.

Los elementos culturales son fundamentales para el turismo y para crear competitividad municipal, porque se destaca la identidad y el patrimonio de la zona, podemos tomar como referencia municipios que son focos turísticos por su riqueza cultural como sería el caso de la ciudad de Antigua Guatemala que es conocida por sus ciudad colonial y por sus eventos artísticos, es bien conocido que la cultura abarca todos los aspectos creativos de un individuo o de una zona en este caso destaca la arquitectura de la zona como elemento creativo cultural.

Para el caso del municipio de San Pedro Nonualco se destaca los elementos culturales arquitectónicos (casa coloniales y calles empedradas) así también como los elementos artísticos de los individuos de la zona (Pintores, Músicos, Fotógrafos, Escritores, etc.), también se integran actividades culturales de diferentes grupos como los son los jóvenes que gustan de la música alternativa, y otras actividades donde puedan mostrar sus habilidades, un factor importante son las actividades religiosa que reflejen elementos culturales del municipio.

El municipio tiene potencial cultural que puede ser utilizado para generar turismo y competitividad, a través del evento festivo Noches Pachangueras Sampedranas que busca establecer actividades de participación para los jóvenes.

Los eventos sociales culturales son parte de una tendencia que busca generar el interés de los turistas nacionales y extranjeros, vemos el caso del Festival Gastronómico Internacional de Juayua que busca destacar elementos culturales nacionales y extranjeros utilizando la gastronomía, además de la gastronomía se acompaña al evento con elementos culturales musicales propios del país.

Suchitoto es un municipio que aprovecha su riqueza cultural artesanal para generar turismo, se desarrolla de viernes a domingo la Feria Artesanal “Así es mi

tierra” dicho evento cuenta con la participación de artesanos y artistas que exponen sus piezas las cuales reflejan la identidad cultural de la zona.

Muchos eventos que se desarrollan en el país son parte de rutas turísticas que reciben el apoyo de instituciones del estado como CORSATUR que busca apoyar a los municipios bien organizados y con atractivos turísticos bien definidos.

Se debe tomar en cuenta que en nuestra sociedad actual solo aquellos factores o elementos que se publicitan de forma correcta llegan a generar beneficio para el público objetivo y es en este aspecto que instituciones como CORSATUR apoyan las municipalidades, pues la institución se encarga en aspectos publicitarios mas no de organización, pero en la mayoría de casos solo pone a disposición los canales de difusión, no establece los aspectos gráficos necesarios para una buena publicidad.

Nuevamente destacamos que solo aquellos elementos que se publicitan o difunden de manera correcta cumplirán con las expectativas establecidas y llegaran a público al que van dirigidos, por esto es importante el desarrollar los aspectos gráficos y publicitarios del evento festivo Noches Pachangueras Sampedrana los cuales se enmarcaran en un manual que estará dividido en tres elementos principales, imagen y línea gráfica, objetivos y estrategias publicitarias, por ultimo una sección de plantillas publicitarias para que personal de la alcaldía pueden seguir utilizando la línea grafica que se elaborara por un tiempo estimado de dos meses.

6 OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN.

6.1 Objetivo General.

Elaborar una propuesta gráfica publicitaria para promocionar eventos sociales culturales, aplicándolo al evento “Noches Pachangueras Sampedranas” del municipio de San Pedro Nonualco del departamento de la paz.

6.2 Objetivos Específicos.

- Hacer un estudio sobre la situación actual del evento festivo Noches Pachangueras Sampedranas, en cuanto a estrategias de difusión del mismo.
- Crear una identidad gráfica y una estrategia publicitaria. Para finalmente desarrollar la prueba piloto.
- Analizar la factibilidad de la creación de material gráfico y estrategias publicitarias para la aplicación en diferentes eventos festivos, para saber si la creación de estas herramientas puede servir para plantear un emprendimiento en función de ellas.

7 MARCO DE REFERENCIA DEL PROBLEMA:

7.1 Antecedentes del problema.

Para la realización de la investigación debemos definir los aspectos que comprenden el tema, el cual va dirigido a la elaboración de propuesta gráfica publicitaria aplicado al evento festivo Noches Pachangueras Sampedranas donde se busca impulsar el aspecto cultural y de competitividad a través de la participación de los emprendedores y microempresarios del municipio de San Pedro Nonualco en el evento, además de establecer actividades culturales de

participación ciudadana, en marcando la propuesta gráfica en un manual de imagen.

Iremos definiendo cada parte importante así como también abordaremos temas o conceptos que no están dentro del tema pero que estén relacionados con la investigación, iniciaremos definiendo la idea de propuesta gráfica, con esto se establecerá el lenguaje gráfico que se aplicará al evento, según Joan Costa (2014), *“El lenguaje gráfico lo utilizamos para expresar visualmente la realidad distinta, el trazo (la línea y la forma, que no son vehículos expresivos) adquieren entonces un sentido lógico, intuitivo y una plasmación abstracta que se sitúa entre la imagen y el signo. Más abstracta que la imagen y menos que el escrito. Este trazo o trazado que llamamos grafo y que no encaja en el grafismo figurativo ni en la escritura, ha dado lugar a otro lenguaje: el que conocemos como la gráfica”*. (Los tres fundamentos del lenguaje gráfico).

Definir una marca turística, colores, tipografías, conceptos que acompañen los iconos identitarios propios de San Pedro Nonualco, fotografías que expresen los rasgos característicos de la zona, son parte del lenguaje visual que propondremos y que llevara como intención el dar a conocer el evento y el atractivo del municipio de San Pedro Nonualco.

Todo lo anterior se aplicará al evento festivo Noches Pachangueras Sampedranas, resulta bastante interesante como los eventos culturales están tomando importancia y Noemí Marujo, (2015) plantea que los eventos culturales son *“eventos en vivo y por eso pueden ser un estímulo para fortalecer o hacer renacer la identidad cultural de una sociedad, los eventos en vivo constituyen de hecho una de las formas mediante las cuales las comunidades confirman su propia existencia, sus hábitos y costumbre”*. (p. 41)

Los eventos culturales se están convirtiendo en un segmento de gran importancia dentro de las actividades competitivas que toda municipalidad busca, por su facilidad para seducir a turistas, potenciando de esta manera el aspecto socioeconómico y el aspecto cultural de la zona, consideremos que los diferentes municipios del país están teniendo en cuenta el concepto de competitividad municipal, Triguero, J.L (2012) define:

“Municipios competitivos son aquellos que tienen la capacidad de transformarse, de aprovechar sus ventajas comparativas y construir modelos de gestión competitivos a partir de los recursos disponibles, tanto humanos como materiales, técnicos, financieros y territoriales, apostando a una mejora continua que les permita crecer y adquirir las capacidades necesarias para incrementar la producción, la administración y el mercadeo de los bienes y servicios que provee la dinámica empresarial local.”(p. 12),

Para alcanzar competitividad es fundamental motivar a la población a que destaquen el patrimonio cultural del lugar, los habitantes de la misma zona son los llamados a exponer sus raíces culturales, la municipalidad debe permitirles espacios, en este sentido L. Morais (2008) define la cultura como *“Los bienes de naturaleza material e inmaterial tomados individual mente o en conjunto, portadores de referencia a la identidad, la acción, la memoria de los diferentes grupos formadores de la sociedad, en los cuales incluyen: I- las formas de expresión; II- los modos de crear, hacer y vivir; III- las creaciones científicas, artísticas y tecnológicas; IV- las obras, objetos, documentos, edificaciones y demás espacios destinados a las manifestaciones artístico-culturales; V- los conjuntos urbanos y sitios de valor histórico, paisajístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico y científico”.*(p. 135)

Murcia, J.R, Hércules, J.M. y Coto, Y. E. (2010) define el turismo en general como: *“Toda persona que se desplaza hacia un lugar fuera de su residencia*

habitual y Permanece en él más de 24 horas.”(p. 10) por tanto todo lo mencionado anteriormente busca que las personas se desplacen a San Pedro Nonualco, para lograr generar ese turismo es necesario apoyarse en gran medida de la cultura autentica del municipio y siento la plataforma ideal para mostrar estos atractivos en los eventos festivos, de este modo que si tenemos un evento con pocas actividades culturales y sin elementos visuales definidos que acompañe las características culturales del lugar, pues así mismo se limita la capacidad competitiva del evento y del municipio frente a otros eventos municipales que se desarrollan en el país.

De todo lo anterior debemos destacar que la propuesta de la investigación está enfrascada en la apertura de más espacios culturales en beneficio de los artistas del mismo municipio, dichos espacios serán impulsados a través de los eventos festivos Noches Pachangueras Sampedranas, por tanto aquí radica la importancia de generar un manual de imagen donde se establezcan los elementos visuales y refleje las estrategias publicitarias a utilizar para potenciar el evento, para conocer la importancia del manual retomaremos a Castellanos, A. E. (2003). Que definen al manual de imagen como *“una carpeta que contiene la información de todos los elementos básicos del sistema de identidad, desde la explicación de cómo han sido creados los signos de identidad de la empresa y el modo correcto de reproducirlos y aplicarlos en los diferentes sustratos.”(p. 65)*

Dentro del manual se definirían las actividades culturales a las cuales se les deberá dar continuidad para dar más dinamismo al evento, se establecerán los elementos visuales que reflejen el aspecto cultural del municipio, además de las estrategias de promoción y publicidad del evento del municipio de San Pedro Nonualco todo enfocado en dar a conocer la variedad de atractivos que ofrece el evento festivo Sampedrano para los posibles clientes nacionales o extranjeros haciendo especial énfasis en el atractivo turístico del municipio.

Todo lo anterior beneficiará a las personas del lugar, abriendo espacios culturales para jóvenes y personas que quieran participar en el evento, promoviendo actividades para que toda la familia pueda asistir y disfrutar del evento, pero con el proyecto se enfatiza en apoyar a los emprendedores y micro-empresarios que desean un espacio para dar a conocer sus productos o servicios en este tipo de actividades, en este sentido Castillo, C. (2007) no dice que *“microempresa es toda unidad económica que tiene entre 9 y 10 empleados. Además, genera ventas anuales hasta el equivalente de 476.2 salarios mínimos urbanos”* (p. 2). Para la alcaldía del municipio de San Pedro Nonualco lograr impactar dentro de los aspectos económicos y culturales le generara una ventaja competitiva en comparación con otras municipalidades.

Es importante mencionar que en El Salvador existen muchos municipios con recursos naturales y culturales que pueden llegar a convertirse en un valioso factor turístico, vale manifestar que en la mayoría de municipios no se cuenta con personal capacitado que oriente a las autoridades a organizar actividades y desarrollar el aspecto gráfico de eventos o recorridos para aprovechar y publicitar de forma correcta los factores turísticos de la zona, es necesario que se tengan áreas o profesionales que permitan presentar de forma creativa y que sepan organizar actividades que permitan impulsar la competitividad de los municipios mediante la proyección de eventos o recorridos turísticos culturales.

7.2 Bases teórico-científicas

Debemos establecer aquellos factores que envuelven nuestro problema de investigación, en cuanto a leyes o modelos anteriores, que hagan referencia a nuestro tema, la búsqueda bibliográfica nos permite entender y guiar nuestra investigación.

La recopilación bibliográfica servirá para presentar referentes básicos que encaje en nuestra investigación, los aspectos descritos en el objetivo se convierten en nuestra base para el tema de investigación por consiguiente es necesario dilucidar el entorno de dichos aspectos.

Nuestro objetivo principal es el de proponer estrategias publicitarias para mejorar el potencial del evento y del municipio de San Pedro Nonualco, con este tipo de eventos también pretenden potenciar el aspecto turístico, pero ¿por qué elegir este tipo de eventos? Como menciona Fonseca (2005) *“en la nueva era del turismo ya no basta la existencia de las ventajas comparativas para que un destino se torne competitivo”* (p. 59).

Al referirse Fonseca al término “comparativas” se enfoca en aquellos aspectos turísticos que son repetibles como por ejemplo sabemos que en El Salvador se encuentran playas muy bellas pero eso no descarta que en otro país se encuentren playas de igual o mayor belleza que las de acá, el factor playa se convierte en un rasgo comparativo con otros países, pero es en este momento que esta la necesidad de agregar nuevos factores que proporcionen una ventaja en este sentido debe ser un factor único e irrepetible enfocándose en desarrollar dicha ventaja utilizando los recursos propios de la zona es aquí donde este tipo de eventos se vuelve fundamental ya que permite incluir en una solo actividades destellos del patrimonio cultural del municipio (gastronomía, expresiones artísticas y contemplación de monumentos culturales propios) .

La propuesta gráfica es uno de los aspectos núcleos de nuestro tema de investigación, este es un tema y una práctica cuyo potencial es grande dado el aporte significativo que dichos aspectos hacen al evento y por consiguiente a la identidad cultural del lugar visibilizando aspectos propios del municipio. En este sentido se consultó el contenido de la tesis de Diseño de identidad e imagen

corporativa: proyecto turístico rural Hotel Rancho San Joaquín, Las Margaritas Chiapas donde Castellanos, A. E. (2003). Nos dice *“La identidad e imagen corporativa se ha convertido en un frecuente tópico de discusión. Es de gran importancia el establecer y realzar la imagen pública de una empresa o institución. Ahora más que nunca, cada organización necesita diferenciarse de las demás. Una identidad cuidadosamente construida y la posición en el mercado de ella se deriva, son ayudas inapreciables para que una organización tenga éxito frente a la competencia.”* (p. 23)

Los aspectos enmarcados en los apartados anteriores determinan el grado de importancia y de utilidad que tendrá la presente investigación para el impulso del aspecto cultural del municipio de San Pedro Nonualco utilizando como plataforma de difusión los eventos festivos Noches Pachangueras Sampedranas, y aportando en gran medida en el aspecto gráfico para potenciar dicho evento, pero para lograr visibilidad se deberá realizar una propuesta gráfica de forma coherente, Castellanos, A. E. (2003). *“deberá ser, coherente, y comprensible, tanto para un público confuso y distante como para aquellos que viven y trabajan en íntima conexión con la empresa.”* (P. 33).

7.3 Diagnóstico

Guía de Observación: la guía permitirá identificar (Anexo 1).

Entrevista Focalizada a Juan Pablo Pérez (Guía de conversación Anexo 2).

Entrevista Libres (Bosquejo Anexo 3)

Entrevista Informal.

Encuesta (Anexo 4).

7.4 Definición de términos básicos.

En este apartado definiremos elementos teóricos de nuestra investigación, conocer estos términos permitirá abordar el tema con claridad y coherencia, y

además nos ayudará a conocer los puntos más relevantes del tema de investigación.

Eventos festivos: *“Reunión de un grupo de personas en torno a una celebración, estos a su vez se subdividen en ferias y exposiciones; y se programan a través de numerosas presentaciones de tipo cultural características o propias de la zona en que se realizan, incluyen danza, música, muestras de artesanías, etc. (P. 25)”*

Marcano, C.E. (2010). Tipos de eventos.

Eventos Sociales Culturales: *“eventos en vivo y por eso pueden ser un estímulo para fortalecer o hacer renacer la identidad cultural de una sociedad, los eventos en vivo constituyen de hecho una de las formas mediante las cuales las comunidades confirman su propia existencia, sus hábitos y costumbre”. (p. 41)*

Noemí Marujo, (2015) Eventos culturales y motivaciones de los turistas.

Lenguaje Gráfico: *“El lenguaje gráfico lo utilizamos para expresar visualmente la realidad distinta, el trazo (la línea y la forma, que no son vehículos expresivos) adquieren entonces un sentido lógico, intuitivo y una plasmación abstracta que se sitúa entre la imagen y el signo. Más abstracta que la imagen y menos que el escrito. Este trazo o trazado que llamamos grafo y que no encaja en el grafismo figurativo ni en la escritura, ha dado lugar a otro lenguaje: el que conocemos como la gráfica”. (p.*

Joan Costa (2014). Los tres fundamentos del lenguaje gráfico.

Manual de imagen: *“una carpeta que contiene la información de todos los elementos básicos del sistema de identidad, desde la explicación de cómo han sido creados los signos de identidad de la empresa y el modo correcto de reproducirlos y aplicarlos en los diferentes sustratos.” (p. 65)*

Castellanos, A. E. (2003). *Diseño de identidad e imagen corporativa: Proyecto turístico rural Hotel Rancho San Joaquín, Las Margaritas Chiapas.*

Imagen turística: *“la suma de creencias, ideas e impresiones que tiene una persona de un lugar”.*

Philip Kotter. (1994). Diccionario de términos turístico.

Turismo: *“Toda persona que se desplaza hacia un lugar fuera de su residencia habitual y Permanece en él más de 24 horas.”(p. 10)*

Murcia, J.R, Hércules, J.M. y Coto, Y. E. (2010) “Herramientas metodológicas para la elaboración del plan de desarrollo turístico en la Ciudad de Santa Tecla.”

Competitividad municipal: *“Municipios competitivos son aquellos que tienen la capacidad de transformarse, de aprovechar sus ventajas comparativas y construir modelos de gestión competitivos a partir de los recursos disponibles, tanto humanos como materiales, técnicos, financieros y territoriales, apostando a una mejora continua que les permita crecer y adquirir las capacidades necesarias para incrementar la producción, la administración y el mercadeo de los bienes y servicios que provee la dinámica empresarial local.”(p. 12),*

Triguero, J.L (2012) Plan de competitividad municipal San Salvador “2012 2016”

Micro-empresa: *“Podemos decir que microempresas es toda unidad económica que tiene entre 9 y 10 empleados. Además, genera ventas anuales hasta el equivalente de 476.2 salarios mínimos urbanos.”.*

Castillo, C. (2007), La microempresa en El Salvador.

8 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.

8.1 Preguntas de investigación.

8. 1. 1 ¿La integración de los sectores sociales del municipio de San Pedro Nonualco es esencial para el desarrollo del evento festivo Noches Pachangueras Sampedranas?

8. 1.2 ¿El evento festivo Noches Pachangueras Sampedranas puede convertirse en un referente del municipio de San Pedro Nonualco?

8. 1.3 ¿Cuenta el municipio de San Pedro Nonualco con personal o un área capacitada para el desarrollo de estrategias publicitarias?

8.1.4 ¿Puede la creación de una imagen y de estrategias publicitarias aplicadas a los eventos festivos, servir como proyección a estos y ser una oportunidad de emprendimiento o empleo para los diseñadores gráficos?

8.2 Operacionalización de variables.

8. 2. 1 Unidades de Análisis: la investigación va dirigida a emprendedores y micro-empresarios del sector que participan con sus productos y servicios, al encargado del desarrollo turístico de esta municipalidad que es el organizador del evento festivo Noches Pachangueras Sampedranas.

8. 2. 2 Variables. Propuesta gráfica y publicitaria aplicada al evento festivo Noches Pachangueras Sampedranas donde se busca impulsar el aspecto de competitividad del municipio de San Pedro Nonualco y proponer actividades culturales de participación ciudadana.

8. 2. 3 Variable Independiente: propuesta gráfica y publicitaria en un manual de imagen.

8.2.4 Variable dependiente: proyección del evento festivo Noches Pachangueras Sampedranas y proyección cultural del municipio de San Pedro Nonualco ante el público, dándole competitividad al municipio y desarrollo del campo laboral para el diseñador gráfico.

9 .DISEÑO METODOLÓGICO.

En el proyecto se utilizará el método de Investigación-Acción Participativa (IAP), ya que va orientado a la validación de una necesidad, construcción de un conocimiento que servirá como solución y que se deberá someter a una prueba práctica para el reconocimiento del aporte del proyecto, siguiendo una investigación cualitativa y cuantitativa de resultados y un análisis de datos consultados a informadores claves. Además de un muestreo o sondeo de población específica para atacar el problema de forma directa y en el ámbito en el que se desarrollará, en este caso un evento turístico para impulsar es aspecto económico y cultural del municipio de San Pedro Nonualco.

Los emprendedores, microempresarios, sectores culturales y personal de la alcaldía encargados de la organización de los eventos festivos, serian sondeados para conocer un punto de vista más vivido del evento y de la nueva imagen del evento con encuestas y entrevistas para ver la aceptación de la nueva imagen.

El sector de emprendedores y comerciantes, serán los beneficiarios directos por tal razón será de mayor importancia la postura de dichos sectores en cuanto a lo que se realice para corroborar la aceptación de las estrategias de publicidad implementadas en el evento.

La municipalidad se tomará como un punto de apoyo, mediante la apertura de espacios artísticos, la implementación de un manual que contenga estrategias, herramientas publicitarias y de imagen (imagen corporativa o marca para el evento), el evento festivo Noches Pachangueras Sampedranas será visto como un referente de competitividad.

8.1 Tipo de estudio.

El tipo de estudio será la investigación de campo, debido a que principalmente se buscará identificar los aspectos que limitan el potencial del evento festivo Noches Pachangueras Sampedranas y se identificará el potencial cultural del pueblo de San Pedro Nonualco utilizando todos los instrumentos necesarios para la recolección de datos.

Se conformará un equipo de trabajo integrado por el secretario de la alcaldía municipal de San Pedro Nonualco Ernesto Vides Reyes, el encargado de turismo de la municipalidad don Oscar Rene Meléndez Arias y los dos integrantes del grupo de trabajo Bach. Karla Leticia Gómez Alvarado, Bach. Oscar Alexander Moreno López, según se avance el proyecto se incluirán más integrantes al grupo para mejorar el desarrollo del evento, este aspecto de involucrar a personas del entorno en que se maneja el objeto de estudios es característico del método de investigación IAP.

8.2 Población, muestra de estudio y muestreo.

La población que se considera investigar son emprendedores y microempresarios, personas que están inmersos en el arte, los organizadores que están dentro de la alcaldía y personas del casco urbano que asisten o conocen del evento festivo Noches Pachangueras Sampedranas que recién se está desarrollando en la Plaza principal.

Tomando una muestra significativa que nos permita obtener información que arroje resultados del nivel de aceptación o rechazo al evento festivo Noches Pachangueras Sampedranas.

8.3 Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos

La recolección de datos se enfocará en dos tipos de tareas principales que son sobre el terreno que serán los datos primarios y la recolección de datos ya disponibles que serán los datos previos al trabajo de campo, estos dos tipos de tarea para la recolección de datos parten de criterios que se consideran necesarios conocer, tales como:

- Antecedentes de eventos en el municipio.
- Niveles de interés en público meta, con respecto a las actividades que se desarrollan en el evento de índole gastronómico-cultural.
- Niveles de organización que posee el evento, condiciones de espacio o lugar donde se realiza el evento.
- Necesidades publicitarias del evento festivo Noches Pachangueras Sampedranas.
- Intervalos de tiempo en los cuales se realiza el evento.

Para la obtención de la información requerida se utilizarán las herramientas de recolección de datos siguientes:

La Observación.

Esta herramienta nos proporciona un abordaje de la realidad del objeto de estudio, exponiendo los diversos componentes y características del evento festivo Noches Pachangueras Sampedranas, dándonos una mejor visión para empezar a describir al evento, adentrándonos en el papel de espectadores e inclusive participando como un asistente, en este punto de la investigación es necesario familiarizarse con el funcionamiento y organización del evento.

La observación no se realizará de manera espontánea pues se establecerá una intención y control para captar determinados aspectos de la realidad con los cuales se busca obtener resultados válidos, para que la investigación sea más completa y objetiva se requiere de otras herramientas que permitan obtener datos más cuantificables, por lo que también se utilizarán en nuestra investigación, la encuesta, entrevista y la recopilación de documentos bibliográficos que aporten mayor veracidad.

La Encuesta.

Se realizará para obtener actitudes, opiniones y sugerencias, de los participantes en el evento, comerciantes o micro empresarios y personas aledañas al casco urbano del municipio.

La Entrevista Focalizada.

Si bien este tipo de entrevista se da en un contexto relativamente libre es necesario incluir preguntas que nos lancen información sobre los principales problemas del evento festivo Noches Pachangueras Sampedranas.

Se elaborará para este fin una guía de conversación con preguntas muy puntuales que nos permitan tener cierto control sobre el avance de la entrevista.

La Entrevista Libre.

Una conversación más amigable pero que busca obtener información útil a la investigación, se elaborará un guion o bosquejo de la entrevista a manera de orientar la conversación sobre temáticas que se consideren pertinentes para el estudio, aunque se tiene que dejar una gran libertad sobre el orden de los temas a tratar en la entrevista.

La Entrevista Informal.

Por ser una entrevista que se desarrolla en un ambiente cercano al objeto de estudio podremos obtener una experiencia directa del problema y en cierto nivel se podrá realizar una confrontación con lo que se dice por parte de otros sectores de la sociedad de San Pedro Nonualco y la conducta real de los organizadores dentro de la alcaldía.

Recopilación de fuentes Bibliográficas.

Se tomará en cuenta, tesis de no más de cinco años de edición, que posean similitudes o puntos que puedan ser tomados en consideración, al igual que también se buscará material bibliográfico del lugar, como también de material que aporte en áreas más específicas como lo son, cultura, emprendedurismo, marketing, estrategias de publicidad de eventos y un poco sobre creación de marca de ciudad.

8.4 Plan de procesamiento para análisis de datos.

En el análisis de datos se pondrán de manifiesto uniformidades en cuanto al objeto de estudio, las principales necesidades y problemas que de este dependen, se buscará destacar semejanza y diferencias dentro de todo lo que abarca el evento festivo Noches Pachangueras Sampedranas.

Se fragmentarán la realidad estudiada para poder tener un mejor conocimiento de los problemas puntuales del evento, posterior a este se realiza la interpretación de los datos que busca un significado más amplio de la información obtenida y analizada, para la interpretación se debe comparar con otros datos o conocimientos disponibles, insertando todo en el marco referencial del documento a modo que todos los datos queden interrelacionados.

El resultado se debe consolidar en un diagnóstico que servirá al momento de proponer acciones en este caso publicitarias, todo sobre una base de información sólida.

Sobre la base de información adquirida se dará paso a la propuesta que en el caso del proyecto será la prestación de servicios profesionales de diseño gráfico y creación de campaña publicitaria, todo lo planteado responde a el procesamiento de análisis de datos desde la recopilación hasta la propuesta final.

9 CAPITULADO TENTATIVO, COMPONENTES TÉCNICOS Y ARTÍSTICOS:

AGRADECIMIENTOS.

INTRODUCCIÓN.

RESUMEN DE CONTENIDO.

CAPITULO 1. MARCO TEÓRICO.

1.1. Turismo en El Salvador.

1.1.1. Política Nacional actual de turismo en El Salvador.

1.2. Los eventos sociales culturales como atractivos turísticos.

1.2.1. Eventos sociales culturales de referencia.

1.3. La competitividad municipal por medio de la cultura.

1.4. Análisis históricos de San Pedro Nonualco.

1.4.1. Aspecto económico: Principal actividad económica de los últimos dos años (2014-2015) en San Pedro Nonualco.

1.4.2. Análisis cultural contemporáneo de San Pedro Nonualco.

1.4.3. Festividades de San Pedro Nonualco y sus elementos culturales.

1.4.4. Atractivos turísticos físicos en San Pedro Nonualco.

1.5. Comunicación visual y la importancia del área de diseño gráfico dentro de los eventos festivos.

1.5.1 Comunicación visual Paseo el Carmen.

1.5.2 Comunicación visual San Vicente festival gastronómico.

1.5.3 La importancia del diseñador gráfico y la comunicación visual.

1.6. El comercio como la base histórica de los nuevos enfoques de emprendimiento.

1.6.1. Visión emprendedora de la propuesta.

CAPITULO 2: ANÁLISIS DE LOS DATOS.

2.1. Noches Pachangueras Sampedranas: comunicación visual y las actividades culturales actuales del evento.

2.1.1. Necesidad de comunicación visual del municipio de San Pedro Nonualco.

2.1.2 Evento festivo Noches Pachangueras Sampedranas un proyecto nuevo con potencial turístico.

2.1.3. Análisis de encuestas.

2.2. Planificación de actividades y contenidos para el evento “Noches Pachangueras Sampedranas”.

2.3. Construcción de la marca aplicada al evento festivo Noches Pachangueras Sampedranas.

2.3.1 Desarrollo de guía de estrategias publicitarias para el lanzamiento de marca.

2.3.2 Catálogo de medios publicitarios.

2.3.3 Creación de la campaña aplicada al evento festivo Noches Sampedranas.

CAPITULO 3: PRUEBA PILOTO.

3.1. Aplicación de los aspectos gráficos en la prueba práctica del evento festivo Noches Sampedranas.

3.1.1. Presupuesto para la realización de evento festivo Noches Sampedranas.

3.1.2. La fan page como herramienta para posicionamiento de marca del evento festivo Noches Sampedranas, campaña de intensidad alta.

3.1.3. Prueba práctica, día del evento festivo Noches Sampedranas.

3.1.4. Validación prueba práctica.

CAPITULO 4: COROLARIO.

4.1. Conclusiones.

4.2. Recomendaciones.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.

ANEXO.

10 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

Tesis:

Castellanos, A.E. (2003) Diseño de identidad e imagen corporativa: “*Proyecto turístico rural Hotel Rancho San Joaquín, Las Margaritas Chiapas*”. 14/04/2015.

Castillo, R.A, Marti, D.A. (2003) “*Estrategia competitiva para el desarrollo de empresas operadoras de turismo receptivo en El Salvador (caso práctico “Hola Tours”)*” 10/06/2015.

Cisneros J.D. Ortez R. A, Saldaña C.F. (2011) “*Creación de marca e imagen turística de la ciudad de Izalco*”. 14/04/2015.

Deras J. D. Garzona M. C. (2002) “*Los eventos feriales como herramientas de promoción y mercadeo*”. 14/04/2015.

Marujo, N. (2015) “*Eventos culturales y motivaciones de los turistas, la fiesta de fin de año en isla de madeira (Portugal)*” 22/05/2015.

Padilla, A.M, Ramirez, J.D, Repreza, L.E. (2014) “*Plan de desarrollo turístico rural comunitario sostenible para el municipio de san Luis del Carmen, departamento de Chalatenango*” 17/06/2015.

Ramírez, J.L. Orellana, P.M y Aparicio, Y.E. (2010.) “*Herramientas metodológicas para la elaboración del plan de desarrollo turístico en la ciudad de Santa Tecla.*”. 27/04/2015

Libros:

Boscardin, J.S. (2010). "Lenguaje gráfico (composición y ubicación de los elementos de diseño)" 07/06/2015.

Diez de Castro, Enrique Carlos. (1993). "Planificación publicitaria". 05/05/2015.

Gallegos, Rosas. (2006). "Armonía cromática". 27/04/2015.

Blog:

Manual de identidad corporativa [en línea]. Slideshare, Institución educativa municipal de Cundinamarca área de diseño empresarial, Cubillos, C. R. (2012). [Fecha de consultoría 10 mayo 2015]. Disponible desde Internet: es.slideshare.net/CUBILLOS4366/manual-de-identidad-corporativa-13732998

Concepto de la microempresa en El Salvador [en línea]. Castillo, C. (2007). [Fecha de consultoría 28 abril 2015]. Disponible desde Internet: www.uca.edu.sv.

Manual de Marca, todo lo que debes saber [en línea]. staffcreativa, Santa, L. (2013). [Fecha de consultoría 28 abril 2015]. Disponible desde Internet: www.staffcreativa.pe/blog/manual-marca/

Diccionario en línea:

Diccionario de términos turísticos [en línea]. Boletín turístico.com, Philip K. (1994). [Fecha de consultoría 10 mayo 2015]. Disponible desde Internet: www.boletin-turistico.com/diccionarioturismo/Diccionario-1/I/IMAGEN-TUR%C3%8DSTICA-215/

11 ACTIVIDADES Y RECURSOS:

11.1 Cronograma de actividades.

Mes	Septiembre				octubre				noviembre				diciembre				enero				febrero				marzo			
Actividades	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	
Segunda reunión general de seguimiento del proceso de grado.																												
Reunión con asesor de proceso de grado.																												
Entrega de perfil proyecto San Pedro Nonualco.																												
Reunión con grupo de trabajo de proceso de grado.																												
Reunión con el alcalde y miembros del consejo municipal de San Pedro Nonualco para presentación del proyecto.																												
Visita al evento festivo Sampedrano																												
Recopilación de información de evento con gente encargada del proyecto.																												
Capítulo I: MARCO TEÓRICO																												
Presentación de propuestas Gráficas para la promoción y publicidad del evento																												
Sesión de fotografía dentro del municipio de San Pedro Nonualco.																												

Mes	Septiembre				octubre				noviembre				diciembre				enero				febrero				marzo						
Actividades	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
Presentación de imagen gráfica final para la promoción y publicidad del evento																															
Capitulo II: ANÁLISIS DE DATOS.																															
Preparativos para la prueba piloto.																															
Inauguración del evento en San Pedro Nonualco realización de la prueba piloto.																															
Recopilación de información posterior a la prueba piloto.																															
Finalización del borrador final y de la muestra práctica.																															
Entrega de borrador final																															
Revisión y aprobación del informe final de investigación por la coordinación de proceso de grado.																															
Presentación del informe final de investigación ante tribunal calificador.																															
Elaboración de documentación para legalizar apertura de expediente de gradación																															

Recurso humano, Integrantes del proyecto:

Karla Leticia Gómez Alvarado.
Oscar Alexander Moreno López

Docente asesor del proyecto:

Lic. René Francisco Jiménez.

Recursos materiales:

Hojas de papel bon
Impresiones
Pasaje
Comida
Folder
Faster
Luz
Copias
Lapiceros
Ciber
Internet
Computadoras

Gastos financieros:

MATERIAL	PRECIO
Hojas de papel bond	\$ 30.00
Impresiones	\$300
Pasaje	\$500
Comida	\$300
Folder	\$9.00
Faster	\$5.00
Luz	\$500.00
Copias	\$8.00
Lapiceros	\$3.00
Ciber	\$15.00
Total:	\$1670.00

Cotización del evento festivo Sampedrano.

Tipo	Frecuencia o cantidad	Costo	total
Comercial en prensa	2	\$1,600. 00	\$3,200.00
Publicidad en radio	3	\$300.00	\$900.00
Página web	1	\$800.00	\$800.00
20 Publicidad en mupis	4	\$600.00	\$2,400.00
Diseñadores	2	\$1,600.00	\$4,800.00
Señalética (estructuras e impresos)		\$800.00	\$800.00
Flayer	500	\$0.16	\$80.00
personal de volanteo y perifoneo	2	\$20.00	\$40.00
banderines folcote tiro y retiro	40	\$0.80	\$32.00
Encargado de redes sociales	1	\$200.00	\$200.00
Publicaciones pagadas en fanpage	3	\$10.00	\$30.00
Banner 1.80x80	2	\$18.00	\$36.00
Revistas	75	\$15.00	\$1,125.00
Gastos por evento		\$1,880.00	\$1,880.00
gastos de mantenimiento		\$700.00	\$700.00
Total			\$17,023.00

La cotización responde a una estrategia que se propondrá junto con los elementos gráficos y las actividades culturales para el evento.

Dicho plan contemplará desarrollarse en 3 meses aproximadamente, pero algunos elementos propuestos en la cotización servirán para futuros eventos lo que equivale a menos costos a futuro para desarrollar el evento.

13. ANEXOS 1

HOJA DE REGISTRO

Fecha: _____

Ubicación: _____

Situación observada y contexto: _____

Tiempo de observación: _____ Observadora: _____

Aspectos	Siempre	A veces	Nunca	Observación
Los materiales publicitarios motivan a la gente				
Realizan actividades de interés al público				
Participación ciudadana				
Promueve la alcaldía el evento				
Se destaca la importancia del evento en el municipio				
	Adecuado	Inadecuado	Nunca	
Como es la organización del evento				

Brief para creación de elementos gráficos.

1. Nombre completo del producto (como le gustaría que aparezca en su logo)
2. Descripción del producto o servicio
3. ¿De qué manera se diferencia de su competencia?
4. ¿Tiene Ud. imágenes específicas o iconos que desee en su logo?
5. ¿Tiene Ud. algún color de su preferencia que Ud. desee en su logo?
6. ¿Qué atributos de su producto le gustaría que su logo reflejara?
7. ¿Cuál es el mensaje general que Ud. desea transmitir a su mercado objetivo?
8. ¿Dónde será usado su logo?
9. ¿Quiénes son sus principales competidores? (hacer una lista si es posible)
10. ¿Existe algún logo en especial que le llame la atención, por qué?
11. ¿Qué tipo de materiales gráficos necesita para su producto?
Viñeta, hoja volante, tarjeta de presentación, etc).
12. ¿Cuál es su Mercado objetivo? Sea muy específico.

A continuación, detallo los costos para realización de Proyecto creación de marca corporativa para evento Sampedrano.

Descripción	Detalle	Días de producción	Costo
Pre-Producción Definir concepto y afinación del proyecto. Análisis del evento, análisis de los atractivos turísticos del municipio.	Definir fechas, lugar de hospedaje, lugar de realización de análisis.		\$ 400.00
Producción Realización de manual de marca corporativa: Logo principal. Iconos acompañantes. Papelería y artículos promocionales. Diseños para publicidad.	Especificaciones Técnicas: Cuaderno de bocetaje, Laptop, Tablet para digitalizar propuestas, impresora, memorias USB.	Se documentará el proceso creativo entregando material completo inédito en galería web o por medio de USB para selección de arte final.	\$1600.00
1-Sesión fotográfica turística, labor social y valores identitarios del municipio.	Toma de fotografías en las zonas turísticas previamente seleccionadas y con el personal adecuado.	2 Días (Aprox. De 16-20 fotos) 3-planos Completo, medio, detalle	\$ 1200.00
2-Sesión fotográfica Infraestructura física, arquitectura colonial.	Fotografía fachadas e interiores y aéreas más destacadas del municipio.	(Aprox. De 12-16 fotos) 1 Día	\$ 800.00
Post-Producción	Elección de artes finales previa selección para retoque o modificaciones.	Entrega final del material trabajado.	\$800
<p>Nota: 1-El número de archivos arte final que posee esta propuesta está limitado a un máximo de 20 artes determinado por el tiempo de desarrollo de la práctica del proyecto que será de tres meses aproximadamente. Cualquier archivo adicional requerido se cotizará posteriormente según sea la cantidad seleccionada. 2-Se entrega material únicamente en artes finales para publicación multimedios. 3-El stock completo de archivos en alta resolución es propiedad de la Universidad Nacional.</p>			
<p>Observaciones: *únicamente cubre los rubros establecidos dentro de esta propuesta. *No Incluye IVA, ni Impuesto Sobre Renta.</p>			
Total Neto			\$ 4800.00

Sesión fotográfica turística, labor social y valores identitarios del municipio.	Sección fotográfica de cinco lugares representativos del municipio de San Pedro Nonualco previamente seleccionado, todo con la finalidad de darle publicidad y generar turismo dentro del evento.	Equipo para la sección fotográfica, estudiantes del centro nacional de artes, CENAR. Cámaras digitales marca Nikon y Canon, rebotadores, luces, modelo si es necesario.	Transporte, seguridad, un guía para los lugares que se realizara la sección, estadía para el equipo fotográfico
Sesión fotográfica Infraestructura física, arquitectura colonial.	Fotografías de fachadas e interiores y aéreas más destacadas del municipio.	Equipo para la sección fotográfica, estudiantes del centro nacional de artes, cenar. cámaras digitales marca nikon y canon, rebotadores, luces, modelo si es necesario	