



Universitat de Girona
Facultat de Lletres



Proposta d'un Projecte Cultural.
Creació de la pàgina web
Llacta: Nuestras Raíces

Grau de Comunicació Cultural

Autora: Gabriela Belen Murillo Malla

Tutora: Olga Felisa del Río Sanchez

26 de juliol de 2021

Agraïments

Principalment, a la meva tutora Olga del Río per l'acceptació i
tutorització de la meva proposta.

A la meva família per ser un pilar on poder recolzar-me en els
moments més fràgils i sempre donar-me ànims per no rendir-me.

A les meves amigues per sempre brindar-me el seu suport
incondicional.

I finalment, vull agrair a l'agrupació de dansa Saihua per aportar-
me els recursos necessaris per poder realitzar aquest treball.

ÍNDIX

1. INTRODUCCIÓ	4
2. DENOMINACIÓ DEL PROJECTE CULTURAL. LLACTA: NUESTRAS RAÍCES	5
3. DESCRIPCIÓ GENERAL DEL PROJECTE	6
4. JUSTIFICACIÓ DEL PROJECTE	8
4. MARC DE REFÈRENCIA AL QUE S'INSCRIU EL PROJECTE.....	11
5. PERSONES DESTINÀTARIES	13
6. UBICACIÓ I ZONA D'INFLUÈNCIA	16
7. OBJECTIUS DEL PROJECTE CULTURAL.....	17
8. ACTIVITATS I CALENDARI.....	18
9. ORGANITZACIÓ I FUNCIONAMENT INTERN DEL PROJECTE	20
9.1. Estructura interna	21
9.2. Organització i funcionament: grups de treball.....	22
9.3. Organització i funcionament: reunions.....	26
10. LA COMUNICACIÓ DEL PROJECTE	28
10.1. DAFO	28
10.2. Objectiu del Pla de Comunicació	29
10.2. Imatge gràfica	30
10.2.1. Logotip.....	30
10.2.2. Colors.....	34
10.2.3. Tipografia.....	35
10.3. Canals de difusió	37
11. ELS RECURSOS DEL PROJECTE	38
11.1. Recursos Humans.....	38
11.2. Recursos Materials.....	42
12. EL PRESSUPOST FINAL DEL PROJECTE	45
12.1. Despeses.....	47
12.2. Ingressos.....	49
13. PROTOTIP DE LA PÀGINA WEB	50
14. BIBLIOGRAFÍA	61
15. ANNEX	66
15.1. Annex A. Cronograma d'activitats.	66

Proposta d'un projecte cultural. Creació de la pàgina web: Llacta: Nuestras Raíces

Resum: En aquest treball es presenta la proposta d'un projecte cultural que té la finalitat de promoure el coneixement de les comunitats indígenes de l'Equador. En una època on les tecnologies avancen cada dia, una pàgina web és eina de gran ajuda per la difusió de la informació; així que la proposta del projecte cultural té a veure amb la implementació de la pàgina web Llacta: Nuestras Raíces. El projecte parteix des de la seva denominació, continuant amb els recursos i eines que es necessitaran pel seu desenvolupament, fins a acabar en el pressupost final que engloba tot el projecte.

Paraules clau: Comunitats indígenes, Equador, pàgina web, projecte cultural.

Abstract: This work presents the proposal for a cultural project aimed at promoting knowledge of the indigenous communities of Ecuador. At a time when technologies are advancing every day, a website is a tool of great help in the dissemination of information; so the cultural project proposal has to do with the implementation of the Llacta website: Nuestras Raíces. The project starts from its name, continuing with the resources and tools that will be needed for its development, to the end of the final budget that encompasses the entire project.

Key words: Indigenous communities, Ecuador, website, cultural project.

1. INTRODUCCIÓ

Els projectes són uns mitjans essencials per poder desenvolupar una activitat de manera organitzada, i evita el fet d'improvisar i donar dades errònies. A grans trets, un projecte cultural és la planificació i realització coordinada d'activitats o tasques en un àmbit específic, que en aquest cas és la cultura; un projecte cultural té el propòsit de promoure, conservar i gestionar tot el que respecta l'àmbit cultural, que requereix especial atenció davant la influència de projectes i pràctiques d'altres àmbits (Miranda, 2017).

L'elaboració d'un projecte cultural pot semblar a simple vista un procés molt complex, ja que comporta una planificació molt detallada. S'han de tenir totes les eines i els recursos clars des del primer moment per poder executar-ho bé. En aquest treball es porta a terme la proposta d'un projecte cultural per impulsar una pàgina web que promogui i difongui les comunitats indígenes de l'Equador. Tot el procés de planificació s'ha elaborat seguint les pautes i l'esquema del *Manual d'elaboració i avaluació de projectes* (Galán, 2015). El manual explica detalladament quins patrons s'han de seguir per poder elaborar i avaluar un projecte cultural, "centrant el foc d'atenció en les accions, la participació i la gestió de les associacions, per tal d'assolir els objectius plantejats i avançar en el treball de l'entitat" (Galán, 2015).

El projecte s'ha pensat com una proposta que parteix de l'agrupació de dansa Saihua Ecuador (Sentimiento Andino Internacional Humano-Artístico); l'agrupació està molt arrelada amb les comunitats indígenes de l'Equador, i per això hi ha la finalitat de promoure el coneixement d'aquestes. Les comunitats indígenes necessiten ser escoltades perquè tenen molts factors que fan enriquir la cultura: els seus costums, les seves tradicions, la llengua que predominant. Però, a més de conèixer la diversitat de comunitats indígenes que hi ha, també està present el fet de comprendre els diferents problemes que se'ls presenta diàriament i que estan relacionats amb l'àmbit educatiu, social, polític i econòmic. Per això, la pàgina web que es vol impulsar en aquest projecte té la missió de ser un mitjà de difusió a gran escala; aquesta web pot arribar a molta gent pel

fet que actualment Internet està a l'abast de tothom i la seva difusió és immediata.

2. DENOMINACIÓ DEL PROJECTE CULTURAL.

LLACTA: NUESTRAS RAÍCES

El projecte cultural que es porta a terme és la creació d'una pàgina web, principalment en castellà, amb el següent nom: **Llacta: Nuestras Raíces**. La denominació del projecte té com a base el terme de *Llacta*, que originàriament prové del Quítxua (Ilakta) i traduït significa "poble" (Dea, 2006). Aquesta paraula fa referència a les comunitats ancestrals que habitaven als Andes Central durant l'Imperi Inca, i es diferenciaven de la resta de població perquè constantment anaven canviant de localització, és a dir que eren nòmades (ALEPH, 2021). Seguidament, "Nuestras Raíces" estableix el significat que cada persona té diferents camins per recórrer al llarg de la vida, però l'origen de tots els camins són les arrels que cada individu posseeix. Aquestes arrels són les encarregades de marcar els objectius i metes de cada persona. Per això és molt important conèixer les nostres arrels i valorar-les, ja que facilita el procés d'autoconeixement i afavorirà el nostre creixement personal. Així que la denominació de tot el projecte **Llacta: Nuestras Raíces** fa referència al fet que les nostres arrels provenen i estan arrelades als pobles ancestrals que habitaven antigament a l'Equador.

El fet que el nom del projecte estigui pensat en castellà és degut al fet que la majoria del públic objectiu el qual està enfocat és de parla hispana; d'aquesta manera tot el projecte podrà ser comprès de manera adequada i arribar a un públic molt més ampli.

3. DESCRIPCIÓ GENERAL DEL PROJECTE

La finalitat que hi ha amb la creació d'aquest projecte és la recerca i la difusió de la població indígena que existeix a l'Equador. Fa trenta anys els indígenes de l'Equador van realitzar una revolució coneguda com a *Levantamiento Inty Raymi* on manifestaven els seus drets a tenir una identitat cultural, política i històrica (Figuerola, Yánez, & Toledo, 1992.)

Segons el (Grupo Internacional de Trabajo sobre Asuntos Indígenas, 2020) el nombre de pobladors indígenes que hi ha en el territori equatorià és d'1,1 milions d'habitants, de tots els 17 milions d'habitants que són en total a tot el país. En l'actualitat, existeixen 14 nacionalitats indígenes (Figura 1) que s'agrupen en 18 comunitats diferents (Figura 2), reconeguts per el *Consejo Nacional de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador* (CONDEPE). Cada nacionalitat és un conjunt de pobles ancestrals que comparteixen una identitat històrica, un idioma, una cultura i que conviuen en un territori amb les seves pròpies formes d'organització social (Basantes, 2019).

Figura 1: Nacionalitats indígenes de l'Equador

REGIÓ	NACIONALITAT	PROVINCIA
COSTA	Awá	Carchi, Esmeraldas, Imbabura
	Chachis	Esmeraldas
	Épera	Esmeraldas
	Tsa'chila	Santo Domingo de los Tsa'chila
AMAZONIA	Achuar	Pastaza y Morona
	Andoa	Pastaza
	Cofán	Sucumbíos
	Waorani	Orellana, Pastaza y Napo
	Secoya	Sucumbíos
	Shiwiar	Pastaza
	Shuar	Morona, Zamora, Pastaza, Napo, Orellana, Sucumbíos, Guayas, Esmeraldas.
	Siona	Sucumbíos
	Zápara	Pastaza
Kichwa (Amazonia)	Sucumbíos, Orellana, Napo y Pastaza	
SERRA	Kichwa (Sierra)	Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Bolívar, Cañar, Azuay, Chimborazo, Loja, Zamora, Napo

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades obtingudes de (Chisaguano, 2006)

Figura 2: Comunitats indígenes de l'Equador

REGIÓ	COMUNITAT	UBICACIÓ
COSTA	Huancavilca	Província de Santa Elena. Província del Guayas: des de l'Isla Puná fins el sud de la província.
	Manta	Províncies de: Manabí, als cantons: Por-toviejo, Manta, 24 de Mayo, Puerto López, Jipijapa, Montecristi. Guayas, en els cantons: Santa Elena, Playas i Guayaquil
AMAZONIA	Secoya	Província de Sucumbíos, als cantons: Sushufindi i Cuyabeno.
	Siona	Província de Sucumbíos, cantons: Putumayo i Shushufindi.
	Cofán	Província de Sucumbíos, cantones: Lago Agrio, Cuyabeno i Sucumbíos.
SERRA	Chibuleo	Província de Tungurahua, cantó d'Ambato
	Cañarí	Azuay als cantons: Cuenca, Guacacem, Nabón, Santa Isabel, Sigsig y Oña. Cañar, en los cantons: Azogues, Biblián, Cañar, Tambo, Déleg i Suscal
	Karanki	Província Imbabura, cantons: Ibarra, Antonio Ante, Otavalo i Pimampiro
	Cayambi	Províncies: Pichincha, als cantons: Quito, Cayambe i Pedro Moncayo. Imbabura, als cantons: Otavalo i Pimampiro. Napo, cantó El Chaco
	Kitukara	Província de Pichincha, als cantones: Quito i Mejía
	Panzaleo	Província de Cotopaxi als cantons: Latacunga, La Maná, Pangua, Pujilí, Salcedo, Saquisilí i Sigchos
	Natabuela	Província de Imbabura, en los cantones: Antonio Ante e Ibarra.
	Otavalo	Província Imbabura, als cantones: Otavalo, Cotacachi, Ibarra i Antonio Ante.
	Purwá	Província Chimborazo, als cantones: Riobamba, Alausí, Chambo, Guamote, Pallatanga, Penipe i Cumandá
	Palta	Província Loja al cantó Paltas
	Salasaka	Província, Tungurahua, al cantó San Pedro de Pelileo
	Saraguro	Províncies: Loja, als cantones: Saraguro i Loja. Zamora Chinchipe al cantó Zamora.
	Waranka	Província de Bolívar, als cantons: Guaranda, Chillanes, Echandía, San Miguel i Caluma.

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades obtingudes de (Chisaguano, 2006)

Una de les problemàtiques que presenten les comunitats indígenes és la pèrdua dels drets i valors que tenen com a membres de la societat. Constantment estan lluitant per poder sobreviure i no perdre la seva identitat, però malgrat això, l'impacte que tenen en la societat és mínim i moltes de les poblacions acaben en l'oblit. De mica en mica la societat deixa de banda l'enriquidora cultura que ens

aporten aquestes comunitats indígenes, per la influència del món occidental que s'ha popularitzat els últims anys.

S'han de conservar i mantenir present totes les comunitats indígenes que habiten a l'Equador, perquè la importància que tenen en la societat és molt gran, gràcies a elles la societat equatoriana pot gaudir d'una cultura pròpia i enriquida. Per aquesta raó, el fruit de la tasca i de l'extensa recerca de les diferents comunitats indígenes és la pàgina web ***Llacta: nuestras raíces***, una pàgina web destinada principalment a tots els ciutadans equatorians que tinguin interès per la seva cultura, però sobretot destinada a aquells joves que no viuen en el país i no tenen coneixements sobre la diversitat de comunitats que conviuen a l'Equador.

Les principals activitats que es desenvoluparan a la pàgina web tenen relació amb la creació d'articles i publicacions referents amb l'actualitat de cada comunitat indígena; també hi ha la intenció que la pàgina web sigui de caràcter més interactiu on les persones puguin participar en diverses activitats via digital, i d'aquesta manera es fomenti més la conservació i difusió de la cultural.

4. JUSTIFICACIÓ DEL PROJECTE

Les cultures indígenes de cada territori són el motor principal que van impulsar a un país a tenir una identitat pròpia. Actualment, a l'Equador existeixen 18 comunitats indígenes que són descendents dels pobles originaris que van viure fa milers d'anys al país (Grupo Internacional de Trabajo sobre Asuntos Indígenas, 2021, p. 397); aquestes comunitats estan constantment lluitant i defensant els drets que tenen com a membres d'una societat, però malgrat això, en els temps que vivim són poc conegudes, fins al punt de ser discriminades i infravalorades. Els problemes que enfronten les comunitats indígenes dia a dia té relació amb el fet social, polític i econòmic, i han de buscar solucions pel seu propi compte.

La presència dels indígenes en la política cada vegada va augmentant, i això és pel fet que la resistència indígena ha sigut persistent en la societat fins al punt de guanyar-se una posició. A partir dels últims anys, el moviment indígena s'ha convertit en un moviment sociopolític i cultural molt important, fins al punt de ser participants en les eleccions polítiques del país. Per a ells, "la forma d'existir políticament consisteix a combinar la seva forta integració al sistema polític, al mateix temps que s'enforteix la seva posició política" (Sánchez, 2013). Tot i això, a l'hora de guanyar unes eleccions, els indígenes no tenen gaire força per la falta de suport per part del poble.

Pel que fa als problemes econòmics, l'economia dels pobles indígenes prové principalment de l'agricultura, la ramaderia i la pesca. L'any 1964 es va portar a terme la **Ley de la Reforma Agraria y la Colonización**, una llei que tenia l'objectiu de "convertir l'agricultura equatoriana en un productiu negoci de pagesos i empresaris agrícoles, i també promoure un procés de mobilitat social que brindi oportunitats iguals a tots els ciutadans de construir una societat més democràtica" (Jordán, 2003, p. 3). Els indígenes que vivien de l'agricultura van perdre territoris de conreu perquè es va fer una devastació massiva dels recursos naturals. Aquesta llei va accentuar les desigualtats socials i els processos de diferenciació i descomposició social i econòmica. Avui en dia, les comunitats indígenes tenen una lluita constant per la terra, però ja no en el sentit d'utilitzar aquests territoris per l'agricultura, sinó per una perspectiva més ètnica; és a dir, "no com un factor exclusivament productiu, sinó com a base integral d'una vida social i cultural més integral" (Illanez, 1987).

Respecte als problemes socials que s'enfronten les poblacions indígenes van des del difícil accés que tenen cap als serveis públics com la salut, l'aigua potable i el clavegueram, fins als drets bàsics que ha de tenir una persona, com una bona alimentació i el dret a l'educació. Però sobretot, un dels problemes que més els afecta és el de la llengua **Kichwa** que a poc a poc s'està marginant. L'Assemblea Nacional va decretar a la Constitució de la República de l'Equador que el Kichwa és un idioma oficial de relació intercultural:

“Art. 2.- La bandera, el escudo y el himno nacional, establecidos por la ley, son los símbolos de la patria. El castellano es el idioma oficial del Ecuador; el castellano, el kichwa y el shuar son idiomas oficiales de relación intercultural. Los demás idiomas ancestrales son de uso oficial para los pueblos indígenas en las zonas donde habitan y en los términos que fija la ley. El Estado respetará y estimulará su conservación y uso”. (Asamblea Constituyente de Montecristi, 2008, p. 1)

Tot i això, són molt poques les institucions acadèmiques que tenen el *Kichwa* com una segona llengua. I és per aquest motiu que a poc a poc la llengua s'està perdent.

Actualment, hi ha diverses organitzacions i projectes que s'encarreguen de fomentar la participació ciutadana amb diferents activitats destinades a ajudar a les comunitats indígenes i donar-les a conèixer. Un exemple és la fundació **Sumak Lla**, una organització establerta a l'Equador que s'encarrega de gestionar les ajudes socials destinades a les comunitats indígenes. Un altre exemple que podem trobar i que ha servit d'inspiració per executar aquest projecte és l'organització **IWIGIA** (International Work Group for Indigenous Affairs), un projecte pensat com una ONG amb la finalitat de promoure, defensar i protegir els drets humans de les poblacions indígenes de tot el món. Anualment, aquesta organització s'encarrega de treure una extensa revista nomenada *El mundo indígena* (Figura 3) on mostren les dades actualitzades de cada població indígena a escala mundial.

Figura 3: Revista El Mundo Indígena 2021



Font: (Grupo Internacional de Trabajo sobre Asuntos Indígenas, 2021)

En definitiva, aquest projecte es porta a terme perquè les comunitats indígenes de l'Equador mereixen ser conegudes i escoltades, perquè tenen molts factors que fan enriquir la societat, com per exemple els seus costums, les seves tradicions, la llengua predominant; però, a més de conèixer la diversitat de comunitats indígenes que hi ha, també s'ha de comprendre els diferents problemes que se'ls presenta diàriament i que estan relacionats amb l'àmbit social, polític i econòmic.

4. MARC DE REFÈRENCIA AL QUE S'INSCRIU EL PROJECTE

A l'hora d'executar un projecte cultural és important especificar el marc de referència en el que s'inscriu. Tal com diu José Manuel Mille Galán “la majoria dels projectes haurien de ser dependents o estar integrats en un marc referencial superior, sobretot aquells projectes elaborats per organitzacions” (Galán, 2015).

El projecte que es desenvolupa en aquest treball s'inscriu dins de l'agrupació de dansa **Saihua** (Figura 4), que es va crear el 6 d'abril del 2001 a la ciutat de Barcelona. La denominació de l'agrupació ve donada arran de les nombroses cultures situades a la gran Serralada dels Andes, que s'estén des dels nord de Veneçuela fins al sud de Xile. La major part de la població està constituïda per pobles indígenes amb una cosmovisió molt arrelada a les seves creences. D'aquí prové el nom de **Saihua**, que significa

Figura 4: Logotip de l'agrupació de dansa Saihua



Font: Agrupació de dansa Saihua.

“Sentimiento Andino Internacional Humano Artístico”. El que simbolitza el nom és aquest vincle que tenen totes les cultures iberoamericanes de no tenir fronteres perquè hi ha un passat històric i cultural que les uneix, i que es caracteritza pel sentiment d’humanitat i germanor (Benítez & García, 2001).

L’agrupació té la finalitat de donar a conèixer en l’àmbit nacional i internacional la riquesa cultural que hi ha a l’Equador, mitjançant les danses tradicionals indígenes i mestisses. L’agrupació té fonaments ancestrals perquè es basa en la creença dels avantpassats, els Inques, que habitaven abans de la conquesta espanyola. Per aquest motiu, els balls que s’interpreten es basen en l’agraïment de la terra, la lluna, els sol i els quatre elements naturals: l’aigua, el foc, la terra i l’aire.

El grup va ser creat, i actualment dirigit per Jorge Benítez López, director artístic i president de l’agrupació. La seva trajectòria en el món de la dansa i el folklore equatorià és molt extensa: va formar de diferents grups de dansa com per exemple *Herald Andino*, un dels grups amb més prestigi de l’Equador, i el grup de dansa de la *Universidad Técnica del Norte*. A partir d’aquí, completa la seva formació fent diferents treballs d’investigació amb relació al folklore, la cultura, les danses i les vestimentes de les diverses comunitats indígenes de l’Equador (Benítez & García, 2001).

Actualment l’agrupació de dansa **Saihua** està compost per un president, un vicepresident, una secretaria i un tresorer que són els encarregats de mantenir el funcionament intern del grup; a part, també està integrat per 20 ballarins entre un rang d’edat de 16 a 40 anys motivats per representar l’Equador i les seves tradicions ancestrals. La trajectòria del grup és molt extensa, participant en diferents actes en l’àmbit nacional, com per exemple les Jornades Internacionals Folkloriques de Catalunya (JIF) (Figura 5), un “festival de divulgació folklòrica que va néixer l’any 1972, a Barcelona, en el si de l’Esbart Lluís Millet” (ADIFOLK, 2017). També ha participat en actes de nivell internacional com el Festival

Internacional de Folklore portat a terme per l'associació MALCA e.v a Hamburg, Alemanya¹.

Figura 5: Participació en les Jornades Internacionals Folklòriques de Catalunya (JIF)



Font: Agrupació de dansa Saihua.

5. PERSONES DESTINÀTARIES

Una part important del projecte és establir el públic a què es vol arribar, cal definir el públic objectiu i el públic potencial que es vol arribar. El públic objectiu o *target* és “un retall demogràfic i conductual d’un grup de persones que l’empresa escull com a futurs clients del producte o servei. És per això que les accions de màrqueting se centraran en: edat, sexe, ubicació, formació educativa, poder adquisitiu, classe social i hàbits de consum”, segons (Schüler, 2020). Tanmateix, com expressa (Merodio, 2020), el públic potencial és aquella persona amb què es desitja connectar una empresa en transmetre les qualitats d’un producte o

¹ La informació s’ha estret de l’informe oficial de l’agrupació de dansa Saihua (Benítez & García, 2001)

servei que pot ser d'interès per ell o ella. És un consumidor que en qualsevol moment de futur pot arribar a concretar una compra, passant del marc de la potencialitat a l'acte de l'objectiu. L'empresa vol cuidar d'aquells compradors amb qui s'estableix una fidelitat, però també busca contactes amb altres possibles protagonistes. De fet, un client habitual pot ser un nexa per arribar a altres persones mitjançant el valor de les recomanacions que parteixen de l'experiència individual (Ortega, 2021)

Aquest projecte està destinat a dos tipus de públic objectiu:

- **Públic objectiu 1:** El primer públic objectiu són els joves i adults a partir dels setze anys cap endavant, que han emigrat de l'Ecuador i actualment resideixen a Espanya; l'elecció d'aquest rang d'edat és perquè molts dels joves i adults han emigrat del país des d'una curta edat, fet que ha ocasionat la falta de coneixement i iniciativa a l'hora d'interessar-se per la mateixa cultura.

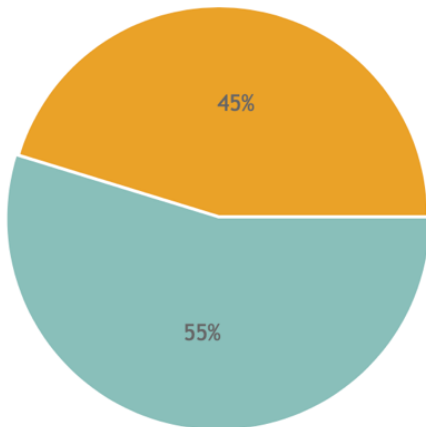
El nombre de persones d'origen equatorià que resideixen a Espanya és aproximadament de 430 mil habitants, de les quals només 123 mil habitants consten en el Padró continu de l'Institut Nacional d'Estadística (Instituto Nacional de Estadística, 2021) (Figura 6). Un 55% són homes i l'altre 45% són dones (Figura 7). Per tant, el nombre potencial de persones que està destinat el projecte és del 50% de la població equatoriana resident a Espanya.

Figura 6: Estadística del Padró Continu de la població equatoriana (2021)

	Ecuador
Ambos sexos	
TOTAL ESPAÑA	123.148
Hombres	
TOTAL ESPAÑA	67.421
Mujeres	
TOTAL ESPAÑA	55.727

Font: Estadística estreta de (Instituto Nacional de Estadística, 2021)

Figura 7: Percentatge total de la població equatoriana a Espanya



Font: Gràfic estret de (Instituto Nacional de Estadística, 2021)

- **Públic Objectiu 2:** El projecte també està destinat per a les associacions i grups de dansa de l'Equador que han trobat la manera de fer-se un lloc en la societat espanyola, i que dia a dia busquen la manera de difondre la cultura. Com és el cas de la *Federación de Asociaciones Americanas en Cataluña* (FASAMCAT), una entitat sense ànims de lucre inscrita al Registre d'Entitats de Catalunya; aquesta federació actua com a punt de trobada entre diferents organismes i promou el coneixement mutu mitjançant projectes que involucren a tots (FASAMCAT, 2006). Una altra entitat que promou la difusió de la cultura equatoriana és la *Asociación Cultural Ecuatoriana por los Derechos y la Igualdad en Cataluña Andres Recalde* (ACEDICAR); aquesta associació s'encarrega de promoure i defensar els drets que tenen les persones que migren des de l'Equador.

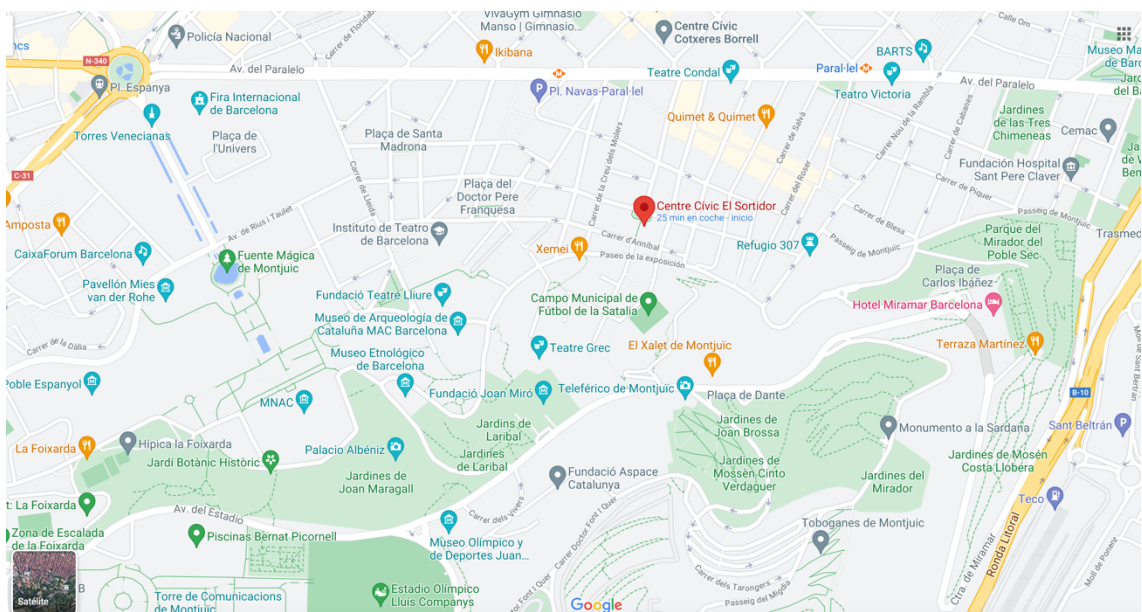
Com el projecte està pensat com a pàgina web el nombre exacte de públic real és incert, pel fet que diàriament la gent entra a internet i comparteix amb altres persones el que troba per la xarxa. Així que d'aquesta manera el projecte pot arribar a unes xifres més amples dels paràmetres establerts.

6. UBICACIÓ I ZONA D'INFLUÈNCIA

Determinar la ubicació del projecte ens ajudarà a l'hora d'arribar al públic determinat i desenvolupar cadascuna de les activitats per assolir els objectius. Tal com diu Manuel Galán "el projecte es pot ubicar en un lloc determinat o en una àrea concreta i es pot desenvolupar en llocs subsidiaris o complementaris" (Galán, 2015).

Abans d'especificar la ubicació d'aquest projecte, cal dir que l'agrupació de dansa **Saihua** du a terme les seves activitats al centre cívic El Sortidor. En aquest centre, l'agrupació porta a terme les reunions corporatives i de coordinació del grup, i també els hi cedeixen una sala per realitzar els assajos de les danses que presenten en els festivals. El centre cívic El Sortidor se situa a la Plaça del Sortidor al barri de Poble Sec de la ciutat de Barcelona (Figura 8). És un centre que té una ubicació geogràfica, ja que se situa a prop de punts d'interès turístic, com per exemple La Font Màgica de Montjuïc (a 10 minuts caminant), Plaça Espanya (a 10 minuts caminant), Castell de Montjuïc (a 30 minuts a peu), Museu Nacional d'Art de Catalunya (a 15 minuts caminant), entre d'altres. A prop d'aquest centre cívic també es poden trobar teatres com és el cas del Teatre Condal, el Teatre Victoria, el Teatre Apolo i la Sala Barts.

Figura 8: Localització del Centre Cívic El Sortidor



Font: Captura d'imatge estreta de Google Maps

Així que el centre cívic El Sortidor, on l'agrupació porta a terme les seves activitats, està en una zona amb bones connexions urbanes.

Una vegada especificada la ubicació de l'agrupació es pot començar a detallar la del projecte. Com el projecte és en si una pàgina web es pot dir que no té una ubicació física específica. La ubicació d'aquest projecte es troba a internet, ve donada a través d'una adreça IP (Protocol d'Internet). Aquesta adreça IP s'encarrega de seguir un protocol i d'aquesta manera establir la comunicació de les dades en la majoria dels medis a través de les xarxes d'internet (Raiola Networks, 2018). El que assenyala aquesta adreça IP és la zona on s'ha creat la pàgina web, així que es podria dir que la zona a desenvolupar el projecte es preveu que sigui Barcelona.

7. OBJECTIUS DEL PROJECTE CULTURAL

El projecte consisteix en la creació i el desenvolupament de la pàgina web ***Llacta: nuestras raíces***, amb l'objectiu d'afavorir el coneixement de les comunitats indígenes de l'Equador. El que es vol aconseguir amb aquest projecte és fomentar la participació del públic a interessar-se més sobre la cultura, però també incitar-les a conèixer la cultura d'altres països. D'aquesta manera es vetlla per les comunitats indígenes que estan en perill de ser oblidades o que no tenen la veu suficient per donar a conèixer les seves necessitats.

Aquest projecte està pensat per portar-se a terme a llarg termini, és a dir, que no hi ha una data límit per acabar el projecte. Això és pel fet que es realitzarà serà una pàgina web, llavors el que es pretén és tenir un ritme constant, a mesura que s'obtingui informació nova la pàgina web s'anirà actualitzant.

Pel que respecta la pàgina web, l'objectiu és implementar una web que contingui la més àmplia informació i serveis de les comunitats indígenes de l'Equador. Tot això mitjançant un disseny que potenciï la imatge i la marca del projecte; és molt

important que el lloc web reflecteixi la identitat i que s'assimili al món real. També s'ha d'aconseguir una estètica visual per captar l'atenció del públic, és a dir, que el lloc web sigui atractiu i diferent; i sobretot, ha de ser accessible perquè es pugui utilitzar des de qualsevol navegador i dispositiu electrònic.

Així que l'objectiu general del projecte és arribar a potenciar la pàgina web per promoure i defensar els esdeveniments que envolten les comunitats indígenes de l'Equador.

8. ACTIVITATS I CALENDARI

Un dels aspectes més importants en la gestió d'un projecte és la manera d'administrar el temps a l'hora de portar-ho a terme. S'ha de garantir que totes les tasques i activitats a realitzar es portin a terme en l'ordre correcte i amb els recursos necessaris.

El calendari del projecte permet que hi hagi pautes de control per poder executar exitosament les tasques, i també ajuda a identificar qualsevol imprevist que pugui afectar en els resultats finals. Aquest projecte està pensat per portar-se a terme en un període d'un any, des del gener del 2022 fins al desembre del mateix any.

Així que es planteja un **cronograma d'activitats** (Figura 9)² que serà d'ajuda a l'hora d'assolir l'objectiu d'implementar la pàgina web. El cronograma consta de tres sectors catalogats amb les tasques que s'han de realitzar, els responsables encarregats i el calendari on s'especifica la durada de cada tasca amb una línia, que comença en el moment en què es pensa iniciar l'activitat i finalitza quan es preveu que s'acabarà.

² El cronograma també està situat a l'annex de forma que es pugui visualitzar millor.

a terme l'anàlisi de les mètriques, per visualitzar si el projecte està arribant al públic determinat.

9. ORGANITZACIÓ I FUNCIONAMENT INTERN DEL PROJECTE

A l'hora de portar a terme el projecte s'ha de tenir ben estructurada l'organització i el funcionament intern perquè no sorgeixin complicacions en el moment d'assolir el treball. S'ha de definir els aspectes interns del projecte, en relació amb les funcions que realitzaran cada component de l'equip, els espais de seguiment i coordinació. (Drucker, 1992) en descriure les dificultats en la selecció d'una estructura organitzacional apropiada, afirma: "l'organització més simple que es necessiti per fer el treball és la millor. El que fa que una organització sigui bona és que crea un mínim de problemes. Entre més senzilla sigui l'estructura, hi ha menys possibilitats que s'ocupi malament".

Per realitzar l'organització i el funcionament intern s'ha de tenir un enfocament clar sobre les activitats a realitzar. D'aquesta manera, com el projecte està vinculat a una agrupació de dansa s'ha de tenir en compte dos factors:

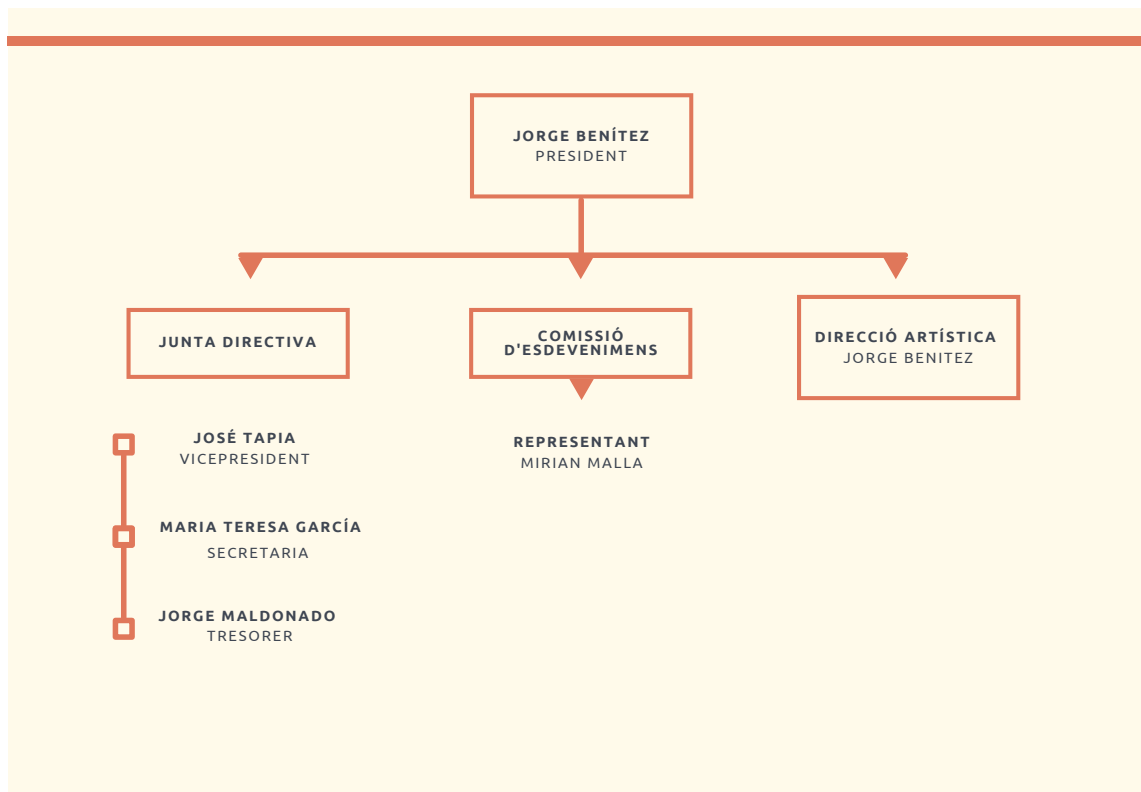
- El projecte, no és per difondre informació sobre l'agrupació, sinó que s'utilitzarà com un mitjà per donar a conèixer les comunitats indígenes l'Equador.
- L'equip encarregat de portar a terme el projecte han de ser professionals especialitzats en el desenvolupament web, les estratègies de màrqueting i comunicació. Aquest equip s'ha d'organitzar depenent l'àrea o el sector temàtic que corresponen.

9.1. Estructura interna

L'estructura del projecte determina la manera en què les tasques es portaran a terme. Per això és important formular correctament l'estructura interna.

Primerament, per poder realitzar l'estructura interna del projecte, s'ha de tenir present com s'estructura i quin és el funcionament intern de l'agrupació de dansa **Saihua** (Figura 10), i així tenir present els recursos que es necessiten. El grup està administrat per tres persones: el president, que s'encarrega de representar legalment l'agrupació davant dels diferents organismes públics o privats. També s'encarrega de realitzar i presidir les reunions que es porten a terme; després està el vicepresident que s'encarrega de coordinar totes les tasques i de substituir al president quan sigui convenient i coordinar les reunions amb els diferents membres de l'agrupació. El tercer membre que conforma el que arribaria a ser la Junta Directiva és la secretaria, que té la tasca de portar els temes més administratius de l'agrupació i donar suport al president en la gestió dels documents interns. L'agrupació també té un tresorer que s'encarrega de les finances i tenir les comptes dels ingressos al dia. Aquestes tres persones són les que s'encarreguen dels temes més administratius i burocràtics. Tot i això, l'agrupació també té una comissió d'esdeveniment i activitats que s'encarreguen d'administrar les presentacions i activitats que hi participa el grup. D'altra banda el director artístic, és l'encarregat d'organitzar les danses que representaran els ballarins (Benítez & García, 2001).

Figura 10: Organigrama de l'agrupació de dansa Saihua

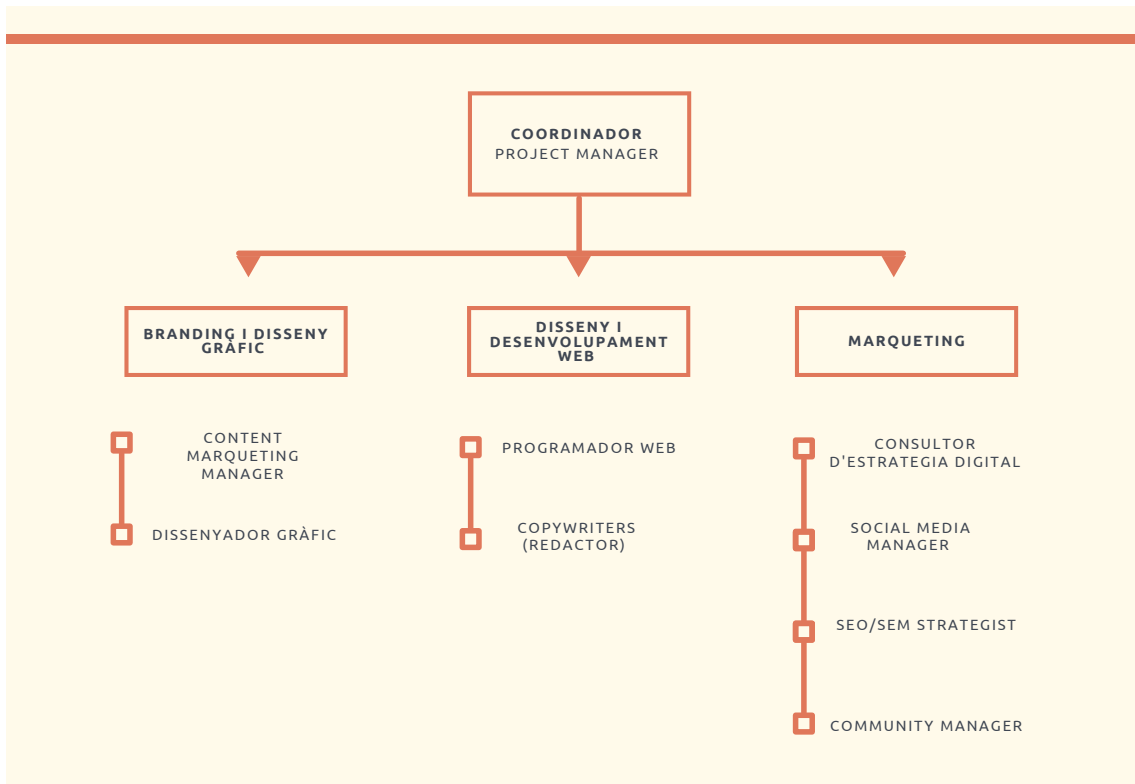


Font: Elaboració pròpia

9.2. Organització i funcionament: grups de treball

Una vegada coneguda l'organització interna de l'agrupació es passa a fer l'estructura del projecte (Figura 11). Les persones encarregades de portar a terme les tasques són professionals externs de l'agrupació. Per això, l'estructura que organitza els equips es divideix en diferents àrees: l'àrea de *Branding* i disseny gràfic, l'àrea de disseny i desenvolupament web, i l'àrea de màrqueting.

Figura 11: Organigrama del projecte



Font: Elaboració pròpia

L'organigrama presenta els professionals encarregats de portar a terme les diferents tasques per portar a terme la pàgina web del projecte. Primerament està present el **Project Manager** que és el responsable de coordinar el projecte i de tot el procés de creació de la pàgina web. Ha de supervisar que el projecte es compleixi en el període estipulat, i controlar els diferents equips de treball. Després en l'equip de *Branding* i Disseny gràfic hi ha d'haver un **Dissenyador gràfic** que s'encarregui de dissenyar la pàgina web, definir la imatge del projecte i transmetre els missatges mitjançant il·lustracions visuals; i també un **Content Màrqueting Manager** per gestionar el contingut de la pàgina web, que es vegi atractiva i que pugui ser adaptable a tots els mitjans possibles.

En l'equip de disseny i desenvolupament web ha de tenir un **Programador web** que s'encarregui de crear tota la part tècnica de la pàgina web i la seva estructura. Ha de programar totes les accions, com els registres, les opcions de cerca, els filtres o la creació de bases de dades; i un **Redactor** amb la tasca

d'elaborar els textos que apareixeran a la pàgina web i dotar-los amb el to comunicatiu corresponent.

Finalment, en l'equip de màrqueting els professionals que tenen la tasca de portar a terme les diferents estratègies de difusió són el **Social Media Manager** que té la tasca de desenvolupar i transmetre una correcta estratègia de màrqueting, mitjançant una perspectiva comunicativa amb el públic. Un **Consultor d'Estratègia Digital** que s'encarregui de definir l'estratègia de màrqueting adequada, sempre seguint la pauta del projecte. El **Community Manager**, responsable de les xarxes socials i dels ecosistemes digitals, s'ha d'encarregar de desenvolupar l'estratègia de comunicació, gestionar-la i portar-la a terme. I també en l'equip de màrqueting hi ha d'haver un **SEO/SEM Strategist** que té la tasca de dissenyar o modificar els textos del creador de continguts per poder posicionar la pàgina web als cercadors com Google. Ha de definir, planificar i coordinar totes les estratègies de màrqueting en línia (Madrid NYC, 2020).

Com queda clar en l'organigrama, la realització de les diverses tasques del projecte depenen de professionals externs a l'agrupació de dansa. Però, les tasques més administratives són dirigides per l'equip intern de l'agrupació. El projecte depèn orgànicament de la Comissió de Festes, que està inclosa dins de l'Àrea artística. També hi ha el suport de la Junta Directiva, l'Àrea Econòmica de l'agrupació.

Un cop determinat els membres que es necessitarà per poder assolir el projecte, s'ha d'estructurar a partir dels recursos humans (Figura 12), és a dir amb quin nombre de persones es comptarà i quina és la seva funció dins de l'agrupació i al projecte. I al mateix temps s'han d'ajuntar en diferents grups de treball per poder tenir una estructura més organitzada.

Figura 12: Estructura dels Recursos Humans

Nº	FUNCIÓ A L'AGRUPACIÓ	FUNCIÓ AL PROJECTE
1	Responsable de la Comissió de Festes	Responsable del projecte
1	Tresorer/a. Responsable de l'Àrea Econòmica	Control del finançament i el pressupost
3	Membres de la Junta Directiva	Suport i assessorament tècnic
1	Project Manager (no pertany a l'agrupació)	Coordinador del projecte
1	Dissenyador gràfic (no pertany a l'agrupació)	Disseny de materials de promoció
1	Consultor d'Estratègia Digital (no pertany a l'agrupació)	Definir l'estratègia de màrqueting
1	Social Media Manager (no pertany a l'agrupació)	Desenvolupar l'estratègia de màrqueting
1	Content Màrqueting Manager (no pertany a l'agrupació)	Gestionar el contingut de la pàgina web
1	Programador web (no pertany a l'agrupació)	Crear i desenvolupar la pàgina web
2	Redactor (no pertany a l'agrupació)	Elaborar els articles i textos.
1	SEO/SEM Strategis (no pertany a l'agrupació)	Posicionar el projecte als medis digitals.
1	Community Manager	Gestionar xarxes socials

Font: Elaboració pròpia

Respecte als grups de treball (Figura 13), aquests s'estructuren en quatre blocs de treball dependent de les tasques que han de realitzar dins el projecte. Està present el grup de promoció i captació, el grup d'economia, el grup que s'encarrega dels recursos i les infraestructures, i el grup d'execució. Cada grup està integrat pels membres externs i interns a l'agrupació.

Figura 13: Estructura dels Grups de Treball.

Grups de treball	Funcions	Integrants
Grup de promoció i captació	Elaborar, amb el suport de qui en farà el disseny, la publicitat i la propaganda. Promoció del projecte, amb la col·laboració de l'àrea d'informació de l'agrupació	- Dissenyador gràfic - Consultor d'Estratègia Digital. - Community Manager - Social Media Manager - Seo/Sem Estrategist
Grup d'economia	Elaborar el pressupost, recerca de finançament, etc.	- Tresorer
Grup de recursos i infraestructura	Garantir els locals, els equipaments, els materials, etc.	- Junta Directiva
Grup d'execució	Garantir el bon funcionament del projecte.	- Responsable Comissió de Festes - Programador web - Project Manager - Redactors - Content Manager

Font: Elaboració pròpia

9.3. Organització i funcionament: reunions

A l'hora d'organitzar els espais de treball i coordinació s'ha de tenir present les reunions dels diferents equips per poder fer un seguiment dels avenços i complicacions que poden sorgir durant la realització del projecte. Les reunions s'han de portar a terme al llarg d'un any, que és la periodicitat del projecte. Així que es proposen les següents reunions de regulació i seguiment:

- **Reunions de coordinació i seguiment general:**

- Nombre de reunions: dos
- Periodicitat: una a l'inici del projecte i una altra tres dies abans de la data de presentació de la pàgina web
- Assistents: responsables del projecte, junta directiva, tresorer i membres dels grups de treball.
 - Funcions: organització general, assignació de feines i tasques, revisió i avaluació del treball, coordinació de grups i normes de funcionament.

- **Reunions de coordinació, seguiment i avaluació de procés**

- Nombre de reunions: sis
- Periodicitat: cada dos mesos
- Assistents: responsables del projecte i membres dels grups de treball
 - Funcions: fer l'anàlisi, l'avaluació i el seguiment del treball dels grups, assegurar la coordinació, introduir elements de correcció, assegurar la informació i la comunicació, etc.

- **Reunions de seguiment i avaluació de grup**

- Nombre de reunions: dotze
- Periodicitat: cada mes
- Assistents: referent de grup i membres del grup (poden assistir-hi el responsable de projecte o personal tècnic, segons les necessitats)
 - Funcions: anàlisi, avaluació i seguiment del treball del grup, concreció i acompliment dels objectius del grup.

- **Reunió d'avaluació de resultats**

- Nombre de reunions: una
- Data: quinze dies després de la publicació de la pàgina web
- Assistents: responsables del projecte, junta directiva i membres dels grups de treball.
- Funcions: avaluació dels resultats obtinguts i anàlisi de les mètriques de la pàgina web i les xarxes socials.

10. LA COMUNICACIÓ DEL PROJECTE

La comunicació és un dels factors importants que ens pot ajudar a difondre i enfortir el projecte. Ens ha de permetre “poder arribar al públic al qual ens dirigim, aconseguir el nivell de participació que busquem, difondre les activitats i posicionar el projecte en la societat” (Galán, 2015). D’aquesta manera es planteja el Pla de Comunicació, el qual s’ha de tenir en compte a l’hora d’aplicar l’estratègia comunicativa del projecte.

Com va dir (Martín, 2011) “un pla o estratègia de comunicació anual, s’ha de configurar com una eina estratègica de gestió i inversió”. Aquest pla estratègic es resumeix la cultura, personalitat i essència de l’organització, així com les diverses accions comunicatives per aconseguir traslladar als seus públics (objectius i potencials) una sèrie de valors i objectius que es proposen explicar i aplicar en el sector i en el mercat (confiança, qualitat i credibilitat).

10.1. DAFO

A l’hora d’iniciar el Pla de Comunicació, és necessari, primer de tot, fer una anàlisi interna de l’agrupació de dansa *Saihua* per aconseguir tenir una vista més amplia i concreta a escala interna. Aquesta anàlisi es farà a partir de la tècnica DAFO, una tècnica que recull **les Debilitats, Amenaces, Fortaleses i Oportunitats** que es presenten a l’hora de portar a terme el projecte. Així com diu (Steph, 2016) al seu llibre *El anàlisi DAFO: Los secretos para fortalecer su negocio* “aquest model permet a una organització (empresa, administració pública o associació) identificar ràpidament els factors tant interns, vinculats al seu funcionament intern, com externs, que depenen de l’entorn en què s’opera. És una eina per ajudar a la presa de decisions i facilita l’elaboració d’un pla estratègic”.

A l’hora de realitzar el DAFO, és essencial saber a què fa referència cada concepte. Les fortaleses són aquelles característiques de l’associació que la

faran única en relació amb els seus competidors; les debilitats són de la mateixa entitat o són aquelles característiques que la poden posar en una situació de desavantatge davant els competidors; les amenaces es relacionen amb els esdeveniments externs que no es poden controlar per l'ésser humà i que poder ser un desavantatge. Finalment, les oportunitats són aquells factors externs que es poden convertir en un avantatge.

A continuació es presenta el DAFO de l'agrupació de dansa **Saihua** (Figura 14).

Figura 14: Taula DAFO

DAFO			
<u>DEBILITATS</u>	<u>FORTALESES</u>	<u>AMENACES</u>	<u>OPORTUNITATS</u>
<ul style="list-style-type: none"> - Manca de recursos econòmics per invertir en el projecte - Manca de personal professional per portar a terme les tasques - Poc coneixements sobre les estratègies comunicatives - No tenir els recursos suficients 	<ul style="list-style-type: none"> - Coneixement sobre les cultures indígenes d'Equador - Col·laboració i participació dels integrants de l'agrupació de dansa - Facilitat a l'hora d'obtenir informació sobre les comunitats indígenes d'Equador - Tenir contacte amb diferents grups ètnics d'Equador 	<ul style="list-style-type: none"> - No arribar al públic estimat - Creació d'altres projectes similars - No arribar a tenir un finançament per portar a terme el projecte - L'entorn digital sempre està en una contínua evolució - 	<ul style="list-style-type: none"> - Nínxol interessant: cultures indígenes d'Equador - Crear una nova comunitat - Possibilitat de crear vincle amb altres associacions culturals - Poder expendir el projecte a altres països

Font: Elaboració pròpia

10.2. Objectiu del Pla de Comunicació

L'agrupació de dansa **Saihua** té vint anys de trajectòria, i al llarg d'aquesta ha pogut obrir-se camí en l'àmbit cultural, tenint l'oportunitat de col·laborar per diferents entitats públiques com per exemple el Consolat Equatorià.

El principal objectiu amb la creació d'aquest Pla de Comunicació és aconseguir la difusió més gran del projecte i que aconseguixi tenir renom dins de la societat. Tot seguit, com a objectius específics el que es planteja és poder arribar a un

públic molt més ampli el qual també estigui disposat a participar en el projecte, sigui proporcionant informació o fent difusió en els diferents mitjans de comunicació. A més, com a objectiu específic també es planteja aconseguir la confiança d'altres entitats i associacions culturals per poder fer activitats conjuntament.

10.2. Imatge gràfica

A l'hora de portar a terme el projecte, un dels factors que juguen una part important és la identitat gràfica del projecte. La identitat gràfica d'un projecte és la imatge corporativa que el representa i que visualment està format per un conjunt d'elements. Aquests elements són el logotip, els colors i la tipografia, i tots junts faran que el públic pugui identificar el projecte amb molta més facilitat.

Aquesta identitat gràfica ha d'estar meticulosament planificada per no caure en l'error de plagi d'altres projectes. Tota l'estètica ha de ser descrita a mínim detall i s'ha d'especificar tots els elements que s'utilitzi (Tempone, 2020).

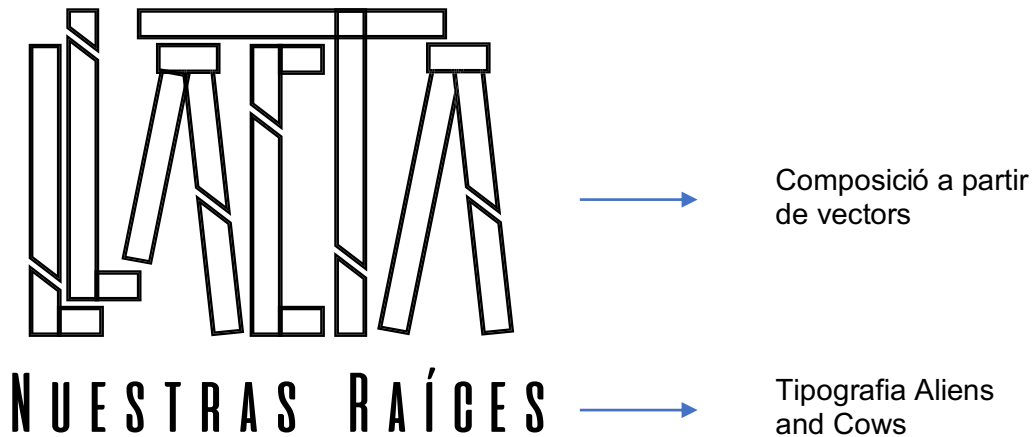
10.2.1. Logotip

El logotip és l'identificador gràfic encarregat de representar el projecte que es porta a terme. El disseny s'ha creat a partir de diferents elements que quan s'agrupen creen una única composició fàcilment adaptable a canals *online* i *offline*, i a altres plataformes.

L'element principal del logotip és el nom del projecte ***Llacta: nuestras raíces***. *Llacta* està compost per diferents vectors³ agrupats fins a aconseguir la forma desitjada, i "*nuestras raíces*" s'ha format a partir de la tipografia *Aliens and Cows* (Figura 15). S'ha procurat que el logotip estigués dissenyat de manera que sigui molt visual i que atregui la mirada del públic.

³ Un vector és un segment recte, comptat a partir d'un punt de l'espai, la longitud representa a escala una magnitud, en una direcció determinada i en un dels seus sentits (Oxford Languages, 2020)

Figura 15: Disseny del logotip



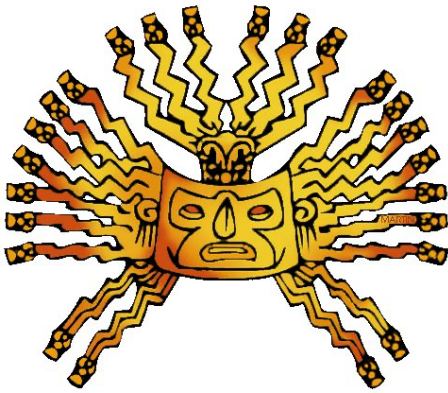
Font: Elaboració pròpia

Seguidament, al darrere de les lletres se situa una il·lustració, específicament dissenyada, que fa referència l'*Inty Raymi*, una cerimònia indígena que se celebra del 17 al 23 de juny:

“El **Inty Raymi** es en sí el símbol de la gratitud de los pueblos andinos que ofrecen a la Paccha Mama (madre tierra), por la bondad de haber permitido una buena producción y cosecha de productos tradicionales, la gratitud se celebra con la presencia de música y danza, concentrándose más de un centenar de conjuntos autóctonos” (Gobierno de la República del Ecuador, 2019)

La il·lustració que representa la celebració de l'*Inty Raymi* té forma de sol i a la llarga s'han anat il·lustrant de diverses maneres; la representació més clàssica té dibuixada un rostre del qual surten línies en ziga-zaga que simbolitzen els rajos solars (Figura 16). També hi ha diferents variants més modernes que s'han anat actualitzant amb el pas dels anys (Figura 17). D'aquesta manera, agafant diferents exemples, s'ha reproduït una il·lustració pròpia (Figura 18) per donar al logotip un significat únic i diferent d'altres.

Figura 16: El Déu Inty



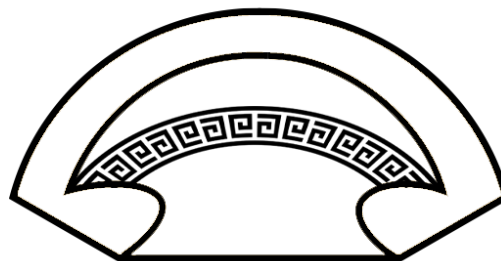
Font: Imatge estreta de (Mitologia.info, 2017)

Figura 17: Cap de Moog



Font: Imatge estreta de (Cabeza de Moog, 2014)

Figura 18: Il·lustració Déu Inty



Font: Elaboració pròpia

D'altra banda, el color representatiu del logotip és una gamma de color Terracota, que comença amb un to flux per la part superior, i finalitza en un to més fort en la part inferior (Figura 19). L'elecció d'aquest color és perquè fa referència al color dels atuellis de fang, on antigament els indígenes enterraven als seus difunts. Un cop realitzada la unificació de tots els elements que componen el logotip, el resultat és el següent:

Figura 19: Logotip final Llacta: Nuestras Raíces



Font: Elaboració pròpia

El logotip s'ha pensat per poder representar-se en diferents formats; està el disseny original que s'orienta cap a un format que tingui un fons clar (Figura 19). Després s'ha realitzat el mateix logo amb el fons negre, per poder presentar-ho en formats de tons obscurs i d'aquesta manera no perdre cap detall (Figura 20). I també s'ha reproduït el símbol del logotip que està pensat perquè el públic ho pugui relacionar amb tot el projecte que hi ha darrere; així mateix s'ha pensat amb el fons blanc i el fons negre (Figura 21 i 22).

Figura 20: Logotip Llacta: Nuestras Raíces, format obscur



Font: Elaboració pròpia

Figura 21: Símbol Llacta: Nuestras Raíces, format clar



Font: Elaboració pròpia

Figura 22: Símbol Llacta: Nuestras Raíces, format obscur



Font: Elaboració pròpia

10.2.2. Colors

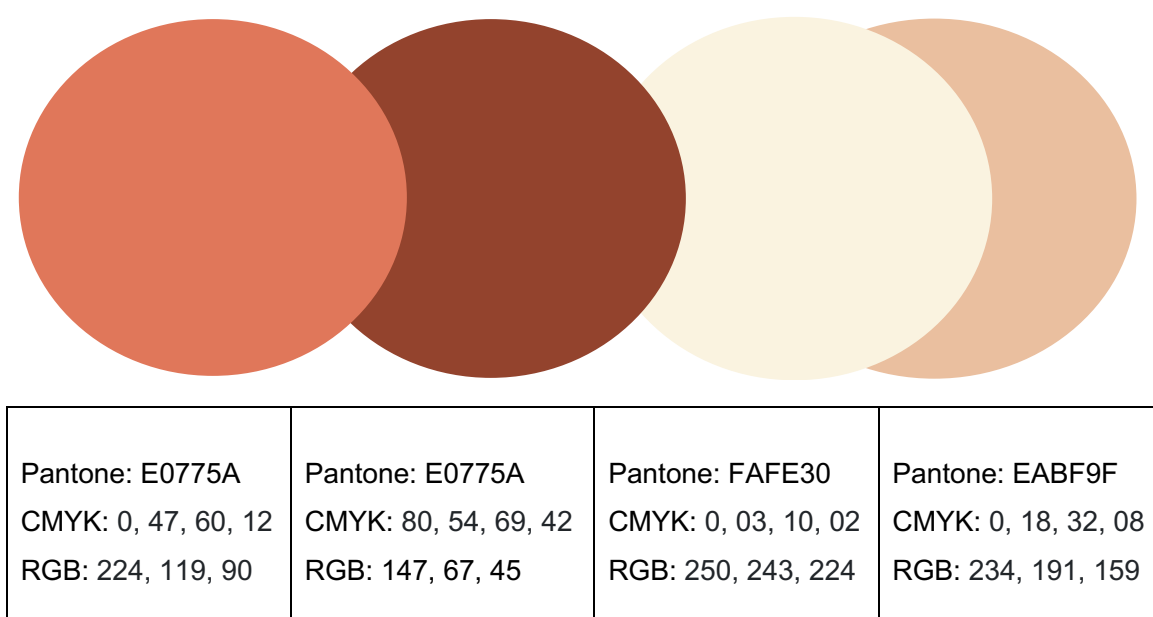
Els colors son un element característic de la imatge corporativa del projecte. S'ha d'escollir una paleta de colors que segueixi una línia específica que concordi amb el projecte. Al mateix temps, aquests colors han de captar l'atenció del públic de manera que els hi transmeti sensacions diferents.

La paleta de colors que s'ha seleccionat pel projecte es d'una tonalitat marró que varia entre tons clars i de més obscurs. Els aspectes tècnics que s'ha escollit per poder identificar correctament els colors són els valors de CMYK i RGB. El valor RGB és aquell que es basa en la suma dels colors primaris (vermell, verd i blau), i normalment s'utilitza quan es vol presentar el color en digital (Lozano Impresores, 2018.). El valor CMYK es basa en la disminució del color blanc fent ús dels colors primaris cian, magenta i groc; l'ús d'aquest valor està enfocat per ser imprès (Lozano Impresores, 2018.)

Les referències de color que componen el nombre de **Llacta** són els *Pantone* E0775A i 93432D. Si es vol imprimir el logotip i les condicions d'impressió no

permeten l'ús d'aquest registre de color, el logotip podrà ser imprès en quadricromia, o en negre. Després tenim els colors secundaris que vindrien a formar part de la pàgina web. Les referències dels colors són *Pantone* FAFE30 i EABF9F, aquestes tonalitats fan contrast amb els dos colors esmentats anteriorment i formen la composició completa del projecte (Figura 23).

Figura 23: Colors del projecte



Font: Elaboració pròpia

10.2.3. Tipografia

La tipografia ha de representar la **identitat del projecte** i és clau per a una identitat visual efectiva. Aquesta tipografia ha de ser clara, fàcil de llegir i estar d'acord amb el que el projecte vol transmetre.

La tipografia que s'ha escollit pel projecte és la Roboto Condensed en les seves versions Light, Regular, Bold i Italic (Figura 24). Aquesta serà utilitzada per poder mantenir una unitat formal i gràfica en tot el projecte, però quan aquesta no estigui disponible per diferents formats, s'utilitzarà una font secundària. La tipografia secundària que s'utilitzarà serà la Calibri, en totes les seves versions

(Figura 25). Es farà ús d'aquesta font per suport o aplicacions que, per raons tècniques no permeten la utilització de la tipografia principal, per exemple a la pàgina web, o els textos editats pel projecte.

Figura 24: Tipografia principal: Roboto Condensed

Roboto Condensed Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.,;:&%€)

Roboto Condensed Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.,;:&%€)

Roboto Condensed Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.,;:&%€)

Roboto Condensed Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.,;:&%€)

Font: Elaboració pròpia

Figura 25: Tipografia secundaria: Calibri

Calibri Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0130456789\$%&/(){}¿?!|=+<>

Calibri Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0130456789\$%&/(){}¿?!|=+<>

Calibri Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0130456789\$%&/(){}¿?!|=+<>

Calibri Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0130456789\$%&/(){}¿?!|=+<>

Font: Elaboració pròpia

10.3. Canals de difusió

A l'hora de dur a terme un projecte un dels factors que s'ha de tenir molt present és la difusió i quins canals s'han d'utilitzar per aconseguir-la. Els canals de difusió que s'han d'utilitzar depenen segons el públic a qui va dirigit el projecte. En aquestes cas el projecte va dirigit cap a un públic jove i adult que en la seva majoria estan adaptats a l'era digital en què vivim actualment. Així que els principals canals de difusió són les xarxes socials.

Actualment, les xarxes socials s'han convertit en una eina important a l'hora de portar a terme un projecte, sigui de caràcter individual o més corporatiu. “Les xarxes socials, al món virtual, són llocs i aplicacions que operen a nivells diversos, però sempre permetent l'intercanvi d'informació entre persones i/o empreses” (RD Station, 2017).

Les principals xarxes socials que s'utilitzaran per a la difusió del projecte són Instagram, Twitter i Facebook. L'elecció d'aquestes xarxes socials és a partir de la seva difusió que tenen actualment en el món digital. Instagram és una plataforma que connecta de manera més directa a través de l'emoció, és a dir que es presta a la imaginació, visualització i autenticitat. En aquesta plataforma les opcions creatives per donar a conèixer el projecte són infinites: mitjançant el format (vídeo, imatge, directes), el contingut i les estratègies de difusió. En el cas de Facebook és la xarxa social més versàtil i completa; és un lloc on es pot generar negocis, conèixer projectes nous, relacionar-se amb gent de diferents parts del món, entre altres funcions. El que diuen els experts en màrqueting és que “per a les empreses, és pràcticament impossible no comptar amb Facebook com a aliat en una estratègia de Màrqueting Digital, ja sigui per generar negocis, atraure trànsit o relacionar-se amb els clients” (RD Station, 2017). I Twitter és una plataforma que permet a la gent una àmplia llibertat per expressar-se i generar debat sobre diferents temes. També, la gent utilitza aquesta plataforma per estar al corrent dels diversos esdeveniments i tendències que passen globalment.

A part d'utilitzar les plataformes digitals com a mitjà de difusió, també s'ha pensat fer ús d'una comunicació més propera al públic: els pamflets. Tot i que l'era digital s'ha convertit en un mitjà essencial per les persones, "els pamflets s'han mantingut a través del temps, prenent un paper important i efectiu a l'hora de ser un mitjà per informar el públic" (Instituto Peruano de Publicidad, 2020). Els pamflets serviran per promocionar el projecte en diferents centres culturals, centres cívics, associacions, entre altres organitzacions. I així aconseguir captar l'atenció i curiositat del públic objectiu i un possible públic potencial que acudeix als diferents llocs.

11. ELS RECURSOS DEL PROJECTE

A l'hora de desenvolupar el projecte s'ha de tenir establerts els recursos que s'utilitzaran per poder obtenir els resultats esperats. S'ha de tenir present quins són els requisits dels recursos i identificat el tipus i la quantitat de recursos que es requereix per aquest projecte. Així que per poder identificar els recursos s'ha de tenir present les persones que formen part dels grups de treball i el cronograma de tasques planificats amb anterioritat.

En la realització d'aquest projecte es farà servir un seguit de recursos humans i materials que s'especificarà a continuació. Assenyalar els recursos garanteix una millor coordinació del projecte, i serà d'ajuda a l'hora de realitzar el pressupost del projecte.

11.1. Recursos Humans

Els recursos humans "assenyalen totes les aportacions i els esforços que les persones fan en cadascuna de les fases del projecte per intentar assolir els objectius que es proposen" (Galán, 2015). Per tal de tenir uns millors resultats s'ha d'especificar el màxim possible el personal que treballa de manera

voluntària, el personal que es contracta específicament pel projecte, i concretar les hores que es dediquen a l'elaboració del projecte.

Seguint la línia del cronograma de tasques plantejat anteriorment, s'ha elaborat una taula on s'especifica el personal que es necessitarà per aquest projecte (Figura 26). La taula proporciona el càrrec i la funció que desenvolupa el personal dins del projecte, també proporciona quina és la procedència del recurs, és a dir si és un recurs propi o adscrit; inclou també quantes setmanes i hores en total dediquen cada membre al projecte. Per últim hi ha una aproximació al cost que suposaria el recurs, depenent si es contracta específicament pel projecte.

Figura 26: Recursos Humans

CÀRREC DEL PERSONAL	FUNCIÓ AL PROJECTE	PROCEDÈNCIA DEL RECURS	SETMANES DE DEDICACIÓ AL PROJECTE	HORES DE DEDICACIÓ AL PROJECTE	COST TOTAL
President de l'agrupació	Suport en el funcionament intern	Recurs propi. Forma part de l'agrupació	11 setmanes	220 hores	Voluntari
Vicepresident de l'agrupació	Suport en el funcionament intern	Recurs propi. Forma part de l'agrupació	11 setmanes	220 hores	Voluntari
Secretaria	Suport en el funcionament intern	Recurs propi. Forma part de l'agrupació	11 setmanes	220 hores	Voluntari
Tresorer/a	Control del finançament i el pressupost	Recurs propi. Forma part de l'agrupació	2 Setmanes	40 hores	Voluntari
Responsable de la Comissió d'Esdeveniment	Responsable del projecte	Recurs propi. Forma part de l'agrupació	10 setmanes	200 hores	Voluntari
Project Manager	Coordinador del projecte	Recurs adscrit. No pertany a l'agrupació	26 setmanes	520 hores	19.500,00 €
Dissenyador gràfic	Disseny del material web i promocional	Recurs adscrit. No pertany a l'agrupació	9 setmanes	180 hores	3240,00 €
Consultor d'Estratègia Digital	Definir l'estratègia de màrqueting	Recurs adscrit. No pertany a l'agrupació	3 setmanes	60 hores	1200,00 €
Social Media Manager	Desenvolupar l'estratègia de màrqueting	Recurs adscrit. No pertany a l'agrupació	3 setmanes	60 hores	3540,00 €

CÀRREC DEL PERSONAL	FUNCIÓ AL PROJECTE	PROCEDÈNCIA DEL RECURS	SETMANES DE DEDICACIÓ AL PROJECTE	HORES DE DEDICACIÓ AL PROJECTE	COST TOTAL
Content Màrqueting Manager	Gestionar el contingut de la pàgina web	Recurs propi. Forma part de l'agrupació	11 setmanes	220 hores	Voluntari
Programador Web	Crear i desenvolupar la pàgina web	Recurs adscrit. No pertany a l'agrupació	6 setmanes	120 hores	7200,00 €
Redactor	Elaborar els articles i textos	Recurs propi. Forma part de l'agrupació	22 setmanes	440 hores	Voluntari
Redactor	Elaborar els articles i textos	Recurs propi. Forma part de l'agrupació	22 setmanes	440 hores	Voluntari
Estratega de SEO/SEM	Posicionar el projecte als medis digitals	Recurs adscrit. No pertany a l'agrupació	1 setmana	20 hores	600,00 €
Community Manager	Gestionar les xarxes socials	Recurs propi. Forma part de l'agrupació	11 setmanes	220 hores	3300,00 €

Font: Elaboració pròpia

Com el projecte està pensat per portar-se a terme en el període de dotze mesos, s'ha establert un horari diari de treball de 4 hores i cinc dies a la setmana, és a dir de dilluns a divendres.

A la taula es pot veure a la taula que el nombre total de persones que treballaran en el projecte seran 15: el president, el vicepresident, la secretaria i la tesorera de l'agrupació de dansa, conformen la Junta Directiva, per aquest motiu són treballadors voluntaris dins del projecte. La seva funció serà donar suport en el funcionament intern i tenir tots els documents actualitzats perquè no sorgeixi cap inconvenient que pugui arribar a afectar el projecte. Per això les hores estimades que hauran de dedicar al projecte seran aproximadament 220 hores, tot seguint el cronograma de tasques, on la seva presència només serà necessària en la fase 1 i en les reunions puntuals per veure els avenços del projecte.

El responsable de la Comissió d'Esdeveniments també és un treballador voluntari perquè és un membre que forma part de l'agrupació de dansa. La seva

funció al projecte consta en supervisar que tot funcioni correctament i organitzar els diferents grups de treball per un millor rendiment; per aquest motiu, haurà de dedicar 200 hores en el projecte.

Seguint amb la línia dels recursos propis, a l'agrupació de dansa hi ha 3 membres que estan finalitzant els seus estudis universitaris en Comunicació i Màrqueting; dos d'ells formaran part del projecte com a redactors i s'encarregaran de realitzar els textos i articles que es publicaran a la pàgina web; i les hores que hauran d'invertir en el projecte són un total de 440 hores. L'altre membre és el Social Media Manager, i la seva funció al projecte serà la de desenvolupar l'estratègia de màrqueting, que prèviament s'haurà analitzat. Aquests tres membres formen part dels treballadors voluntaris perquè aquest projecte els ajudarà a desenvolupar els coneixements obtinguts durant la seva carrera.

Continuant amb els recursos adscrits, a la taula es pot observar que són 7 treballadors els que es contractarà específicament per fer les tasques del projecte. Com s'ha de contractar els seus serveis, el que s'ha analitzat ha sigut les hores específiques que hauran de dedicar al projecte i així d'aquesta manera poder treure un preu aproximat dels seus serveis.

- El **Project Manager**, com té la tasca de coordinar la pàgina web i que cada equip compleixi la seva funció correctament, s'ha previst que ha de dedicar un total de vint-i-sis setmanes, que vindrien a ser 520 hores. En funció a les hores de treball, el cost que implicaria els seus serveis és de 19.500,00 € (aquest preu s'ha tret a partir dels honoraris que normalment sol cobrar un Project Manager).
- Les hores de treball que s'ha previst pel **Dissenyador Gràfic** és de 180 h, que arribarien a ser un total de nou setmanes; un dissenyador gràfic cobra 18,00 euros/hora (Ferrer, 2018). Per això, el preu estimat per contractar els seus serveis gira entorn dels 3.240,00 €.
- El **Programador web** s'encarregarà de la tasca de creació i desenvolupament web, que es triga aproximadament entre quatre a sis

setmanes a desenvolupar (Riestra, 2020). El preu que suposaria contractar el seu servei serà de 7.200,00 €, per 120 hores de treball.

- Al **Consultor d'Estratègia Digital** i al **Social Media Manager** se'ls ha assignat el mateix nombre d'hores de treball. Els seus serveis seran imprescindibles durant la fase 4, quan es portin a terme les tasques de difusió del projecte. Així que seran 60 hores totals de treball que hauran de dedicar, amb un cost de 1.200,00 € el Consultor d'Estratègia Digital, i 3.540,00 € el Social Media Manager.
- Per poder posicionar la pàgina web als medis digitals i tenir una major audiència s'ha de contractar a un **Estratega de SEO** (Search Engine Optimization) i SEM (Search Engine Marketing). El període previst que ha de dedicar al projecte és d'una setmana, és a dir un total de 20 hores; i el cost que suposaria contractar a aquest treballador és de 600,00 €.
- Finalment, contractar a un creador de contingut (**Community Manager**) suposarà un cost de 3.300,00, € ja que les hores estimades que ha de dedicar al projecte hauran de ser un total de 220 hores.

11.2. Recursos Materials

Els recursos materials que estan destinats al projecte es divideixen en dues categories: els materials fungibles i els materials no fungibles. Els materials fungibles fan referència a tots "aquells materials que es consumeixen en un termini no superior a un any" (Galán, 2015). I d'altra banda els materials no fungibles són els recursos que tenen una durada superior a un any i que normalment pertanyen al patrimoni que desenvolupa el projecte (Galán, 2015).

En el projecte, com a recursos fungibles només es farà ús dels materials de papereria que s'utilitzarà per planificar, organitzar i documentar les tasques que es porten a terme dia a dia; també està el material de propaganda, que serien els pamflets que s'utilitzarà per a la difusió del projecte; i dintre dels materials no fungibles hi ha les fotocòpies que s'hauran de fer al llarg del projecte.

En la següent taula (Figura 27) està representat el material que es farà servir amb el seu preu respectiu. El cost de cada recurs és una aproximació al valor que està destinat a invertir-se en el material fungible.

Figura 27: Recursos Materials Fungibles

Materials fungibles	Preu
Material de papeleria	150,00 €
Material de propaganda	400,00 €
Fotocopies	200,00 €

Font: Elaboració pròpia

Seguint amb els recursos materials no fungibles està present el lloc on es portaran a terme les reunions i diferents tasques per dur a terme el projecte. L'espai de treball està previst que sigui el Centre Cívic El Sortidor, on l'agrupació de dansa realitza els assajos de ball. L'agrupació té un acord amb el centre cívic que consta en la cessió gratuïta d'espais que té el centre, amb la condició que l'agrupació participi voluntàriament en els diversos actes culturals que realitza el centre. Així que l'espai destinat al projecte serà la sala Xató del Centre Cívic El Sortidor (Figura 28), amb una superfície de 30 m² i una capacitat de 25 persones.

Figura 28: Imatge de la sala Xató del Centre Cívic El Sortidor



Font: Imatge estreta de (Ajuntament de Barcelona, 2010)

Els materials no fungibles adscrits per l'agrupació són en gran part recursos que giren al voltant de les eines digitals que es necessitaran per donar impuls a la pàgina web. Per poder crear la pàgina web s'haurà de contractar el **Domini** per poder tenir el dret d'utilitzar el nom de la pàgina web de manera comercial (Pallares, 2019). El cost que implicaria contractar aquest servei és de 10,00 euros/anuals, és a dir que anualment s'haurà de renovar aquest domini.

Un altre servei que s'ha de contractar és el de *Webempresa*, un servei que serveix per guardar la informació i contingut de la pàgina web, i d'aquesta manera ser visibles en tot moment des de qualsevol dispositiu electrònic (Webempresa, 2020). El preu d'aquest servei ronda els 99,00 €, on també ve inclòs el servei de correu electrònic per poder controlar els missatges *spam*. Finalment com a materials no fungibles també hi ha els equips tècnics que es necessitarien pel projecte com és el cas dels ordinadors portàtils, que s'estimaria la utilització de quatre ordinadors amb un preu aproximat de 400,00 € cadascun, i això suposaria un cost total de 1.600,00 €. I també caldria una impressora, per imprimir els documents que facin falta al llarg del projecte; el cost d'aquest material seria aproximadament de 200,00 €.

A continuació es resumeix en una taula (Figura 29) els recursos materials no fungibles:

Figura 29: Recursos Materials no Fungibles

Materials no fungibles	Preu
Sala Xató. Centre Cívic El Sortidor	-
Domini Web	10,00 €
Hostings (Webempresa)	99,00 €
4 ordinadors portàtils	1600,00 €
1 impressora	200,00 €

Font: Elaboració pròpia

12. EL PRESSUPOST FINAL DEL PROJECTE

El pressupost és la part crucial del projecte perquè ens permetrà determinar el cost que implicaria portar a terme tot el projecte, i veure si hi ha els ingressos suficients per cobrir-ho tot. Així com diu (Galán, 2015) “el pressupost ha d’indicar la quantia de les despeses originades pels recursos necessaris per desenvolupar el projecte i les fonts de finançament previstes”.

En el pressupost ha de constar el nombre de recursos que es necessitarà pel projecte, si aquests s’han de contractar específicament, o si l’agrupació té els seus propis recursos; tenir el nombre aproximat de recursos servirà d’ajuda a l’hora de calcular les despeses que suposarà el projecte. També en el pressupost s’ha d’indicar els ingressos que aporta l’agrupació i si rep alguna subvenció d’altres organismes.

A continuació es mostra el pressupost global del projecte i seguidament es farà l’explicació detalladament (Figura 30):

Figura 30: Pressupost del projecte

DESPESES		INGRESSOS	
Concepte	Preu (€)	Concepte	Preu (€)
1. RECURSOS HUMANS		1. APORTACIONS AGRUPACIÓ	
1.1. Adscrits per l'associació		1.1. Finançament en diners	15.000,00 €
- Un Project Manager (sis mesos, 520 h)	10.400,00 €	1.2. Recursos propis del projecte	
- Un Dissenyador/a gràfic/a (dos mesos, 180 h)	3.240,00 €	- Recursos Humans	12.000,00 €
- Consultor d'Estratègia Digital (un mes, 60 h)	1.200,00 €	1.3. Infraestructures i equipaments	
- Social Media Manager (un mes, 60 hores)	3.540,00 €	- Sala Xató, Centre Cívic El Sortidor (dotze mesos)	0,00 €
- Programador web (dos mesos, 120 h)	7.200,00 €		
- Estratega de SEO/SEM (una setmana, 20 hores)	600,00 €		
- Community Manager (tres mesos, 220 h)	3.300,00 €		
SUBTOTAL 1.1	29.480,00 €	SUBTOTAL 1	25.000,00 €
2. RECURSOS MATERIALS		2. ACTIVITATS	
2.1. Materials fungibles:		- Venda d'artesanía	2.500,00 €
- Material de papereria	150,00 €		
- Material de propaganda	400,00 €		
- Fotocòpies	200,00 €		
2.2. Material tècnic			
- Quatre ordinadors	1.600,00 €		
- Una impressora	200,00 €		
SUBTOTAL 2.1 + 2.2	2.550,00 €	SUBTOTAL 2	2.000,00 €
2.3. Adscrits per l'agrupació		3. SUBVENCIONS	
- Domini Web	10,00 €	- Subvenció FEDELATINA	6.000,00 €
- Hostings (Webempresa)	99,00 €	- Subvenció ADIFOLK	4.000,00 €
SUBTOTAL 2.3	109,00 €	SUBTOTAL 3	10.000,00 €
A. TOTAL PRÒPIES (2.1 + 2.2)	2.550,00 €	A. TOTAL APORTACIÓ AGRUPACIÓ	25.000,00 €
B. TOTAL ADSCRITES (1.1 + 2.3)	29.589,00 €	B. TOTAL ALTRES INGRESSOS	12.000,00 €

DESPESES		INGRESSOS	
TOTAL DESPESES (A+B)	32.139,00 €	TOTAL INGRESSOS (1+2+3)	37.500,00 €

Font: Elaboració pròpia

12.1. Despeses

Les despeses del projecte estan vinculades a la contractació específica de recursos humans i materials, que es divideixen segons el **cost propi** i el **cost global**.

En el **cost propi** “s’inclou només les despeses derivades dels costos específics del projecte i expressa les necessitats d’assegurar recursos materials, humans, tècnics i infraestructurals, dels quals no es disposa” (Galán, 2015).

En aquest propi entrarien les despeses vinculades amb els recursos materials que s’han d’assegurar, com és el cas dels:

- **Materials fungibles:** material de papereria (150,00 €), material de propaganda (400,00 €) i les fotocòpies (200,00 €). El cost d’aquests materials és una aproximació segons la necessitat del projecte.
- **Materials tècnics:** quatre ordinadors portàtils (1.600,00 €)⁴ i una impressora (200,00 €).

D’altra banda, en el **cost global** consten “a més dels propis, els recursos adscrits que té l’entitat i que assigna momentàniament al projecte” (Galán, 2015). Com és el cas de tots els treballadors que es necessiten per executar les diferents tasques del projecte:

- Un director de projecte (**Project Manager**): el cost del seu servei vindria a ser de 10.400,00 € per 520 hores de treball. S’ha calculat el preu a partir dels

⁴ El preu base d’un ordinador portàtil que és de 400,00 € per quatre ordinadors que es comprarien pel projecte donen un cost de 1.600,00 €.

honoraris que normalment sol cobrar un Project Manager avui en dia, que serien 20 euros/hora. (520 hores de treball per 20,00 € és un total de 10.400,00 €).

- Un Dissenyador/a gràfic/a: contractar els seus serveis vindria a ser un cost de 3.240,00 € per 180 hores de treball. S'ha calculat el preu segons els honoraris que normalment sol cobrar un **Dissenyador/a gràfic/a** avui dia, que serien 18 euros/hora. (180 hores de treball per 18,00 € és un total de 3.240,00 €).

- Un Consultor d'Estratègia Digital: el cost del seu servei és de 1.200,00 € per 60 hores de treball. El que normalment sol cobrar un **Consultor d'Estratègia Digital** avui dia, són aproximadament 20 euros/hora. (60 hores de treball per 20,00 € és un total de 1.200,00 €).

- Un Social Media Manager: el cost del servei vindria a ser de 3.540,00 € per 60 hores de treball. S'ha calculat el preu segons els honoraris que normalment sol cobrar un **Social Media Manager** actualment, que serien 59 euros/hora. (60 hores de treball per 59,00 € és un total de 3.540,00 €)

- Un **Programador web**: el cost del seu servei vindria a ser de 7.200,00 € per 120 hores de treball. S'ha calculat el preu en segons els honoraris que normalment sol cobrar un Programador web avui en dia, que serien 60 euros/hora. (120 hores de treball per 60,00 € és un total de 7.200,00 €)

- Un **Estratega de SEO/SEM** (SEO/SEM Strategist): el cost del seu servei vindria a ser de 600,00 € per 20 hores de treball. S'ha calculat el preu a partir dels honoraris que normalment sol cobrar un Estratega de SEO/SEM avui dia, que serien 30 euros/hora. (20 hores de treball per 30,00 € és un total de 10.400,00 €).

- Un **Community Manager** (Creador de contingut): el cost del seu servei vindria a ser de 3.300,00 € per 220 hores de treball. S'ha calculat el preu a partir dels honoraris que normalment sol cobrar un Project Manager avui dia, que serien 15 euros/hora. (220 hores de treball per 15,00 € és un total de 3.300,00 €).

12.2. Ingressos

A l'hora de quantificar els ingressos destinats al projecte s'ha de preveure si l'agrupació té els suficients recursos per cobrir les despeses i si compta amb alguna subvenció d'altra entitat.

Com es pot observar al pressupost, els ingressos que estan destinats al projecte provenen de diferents fonts: de l'agrupació, d'activitats que realitza l'agrupació i de subvencions d'altres entitats.

Primerament, l'agrupació de dansa **Saihua** compta amb un fons monetari⁵ que està destinat a diferents projectes que porta a terme i també per la compra de les vestimentes tradicionals per cada ballarí. El nombre d'ingressos que l'agrupació aporta per aquest projecte és de 15.000,00 €. També es fa constar com a ingressos els 12.000,00 € que suposaria les despeses dels recursos humans (voluntaris) si l'agrupació no els hagués adscrit. Les persones voluntàries del projecte són 8: el president, el vicepresident, la secretària, el tresorer, un representant de la Comissió d'Esdeveniments, un Content Màrqueting Manager i dos redactors. D'aquesta manera el cost del treball voluntari s'ha valorat suposant un cost de 6,00 € per hora. Encara que aquest cost del personal voluntari no és en diners tangibles, sí que suposa un estalvi. S'ha incorporat els recursos així, perquè en certa manera no és una despesa directa sinó que simbolitzen una reducció als costos del projecte, i per tant és indirectament una aportació econòmica que abarateix el preu final. També es fa constar com a ingressos els 12.000,00 € que suposaria les despeses dels recursos humans (voluntaris) si l'agrupació no els hagués adscrit.

Els ingressos referents a les activitats provenen d'aquelles activitats que es realitzen de manera externa al projecte i que els seus ingressos van destinats al finançament del projecte; aquesta activitat és un taller cultural sobre les danses

⁵ El fons monetari de l'agrupació de dansa Saihua prové de les diferents activitats que realitzen entorn la cultura i la dansa, també provenen de les contractacions a diferents esdeveniments culturals i artístics.

tradicionals de l'Equador i també es porta a terme una venda d'artesanía tradicional. Els ingressos que es recopilen en aquesta activitat és aproximadament entre 2.000,00 € i 3.000,00 €; Així que es preveu que els ingressos destinats al projecte sigui de 2.500,00 €.

L'últim punt del pressupost té relació amb els ingressos provinents de diferents subvencions. El cost total d'aquestes subvencions és de 10.000,00 € i les fonts de procedència són dos: La *Federación de Entidades Latinoamericanas de Cataluña* (FEDELATINA) i l'*Associació per la Difusió del Folklore* (Adifolk). FEDELATINA és una federació que ajuda a diferents entitats, associacions i agrupacions de dansa en els projectes que cadascuna vulgui portar a terme (FEDELATINA, 2006); l'ingrés de la subvenció s'estima que sigui de 6.000,00 €. D'altra banda, el que s'estima que provingui de la subvenció d'Adifolk és de 4.000,00 €.

13. PROTOTIP DE LA PÀGINA WEB

Una vegada esquematitzada i plantejada la proposta del projecte s'ha realitzat un prototip de la pàgina web **Llacta: Nuestras Raíces**, per poder tenir una referència de com es veuria la pàgina web si es portés a terme. El prototip s'ha desenvolupat mitjançant el programa d'**Adobe XD**, una eina que permet esquematitzar una pàgina web, i d'aquesta manera poder visualitzar-la abans de publicar-la a internet. Per poder desenvolupar la pàgina primerament s'ha establert la base de l'**arbre web** per portar a terme el disseny de la pàgina. L'arbre web és com una representació visual de tota l'estructura que determina com es navega dins d'una pàgina web, és a dir, que determina com es presentarà la informació als visitants i per quins sectors navegar (NeoAttack, 2020).

La pàgina principal de la pàgina web (Figura 31) es pot visualitzar com una presentació del projecte amb un disseny que permet canviar d'imatge i a la

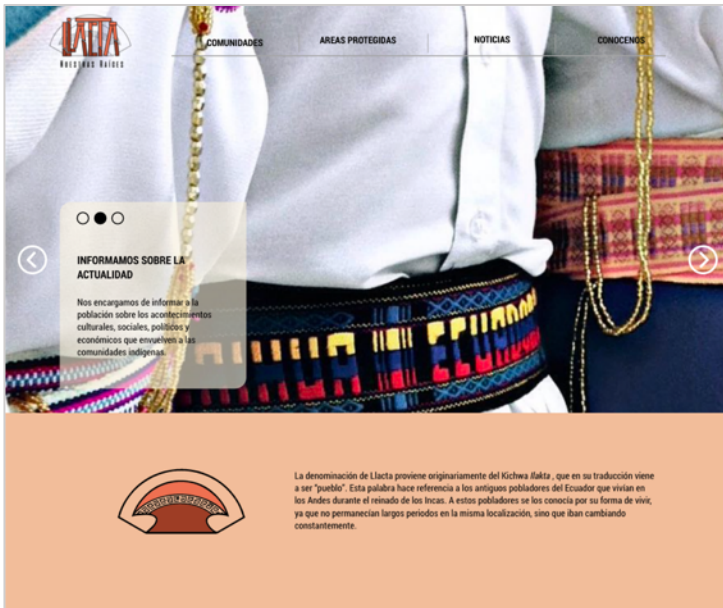
vegada que canvia la imatge també ho fa el text (Figura 32 i 33); a més també està integrat l'arbre web que ens permetrà navegar per les diferents categories.

Figura 31: Pàgina principal de la web



Font: Elaboració pròpia

Figura 22: Pàgina principal de la web, segona imatge



Font: Elaboració pròpia

Figura 33: Pàgina principal de la web, tercera imatge



Font: Elaboració pròpia

Seguidament, l'arbre web es divideix en quatre categories: *Comunidades*, *Áreas Protegidas*, *Noticias* i *Conócenos*.

- **Comunidades:** Aquest apartat està pensat per informar sobre les diferents comunitats indígenes que hi ha a l'Equador. La pàgina principal és una presentació i consta d'una breu explicació seguidament d'un mapa que presenta on estan localitzades les diferents comunitats. La pàgina s'ha pensat de manera que apareguin en diferents requadres les 18 comunitats indígenes que hi ha a l'Equador. Una vegada se seleccioni un requadre, aquest canviarà de format i presentarà una imatge de la comunitat seleccionada (Figura 34).

Figura 34: Pàgina web *Comunidades*



Font: Elaboració pròpia

- **Áreas Protegidas:** Aquesta categoria està destinada a informar sobre la diversitat d'àrees protegides que hi ha a l'Equador. La pàgina es presenta amb una breu introducció i continuació s'explica els diferents tipus d'àrees protegides que hi ha (Figura 35) Cada explicació va acompanyada d'una imatge i un requadre de "Ver más" per poder accedir a la informació completa.

Figura 35: Pàgina web *Áreas protegidas*




Figura 35: Pàgina web *Àreas protegidas*

PARQUES NACIONALES

Los parques nacionales cuentan con más de 10.000 hectáreas, que incluyen uno o más ecosistemas en estado natural o con muy leve alteración y poca presencia humana. Estos pueden incluir recursos histórico-culturales, integrados en ambientes naturales en las cuales exista una buena representación de la diversidad de especies y de los recursos genéticos silvestres. Los parques nacionales se reservan para actividades de investigación y monitoreo ambiental, en los cuales se puede desarrollar el eco turismo y actividades de conservación de recursos naturales.


[Ver más →](#)



Fotografía: Diego Muello

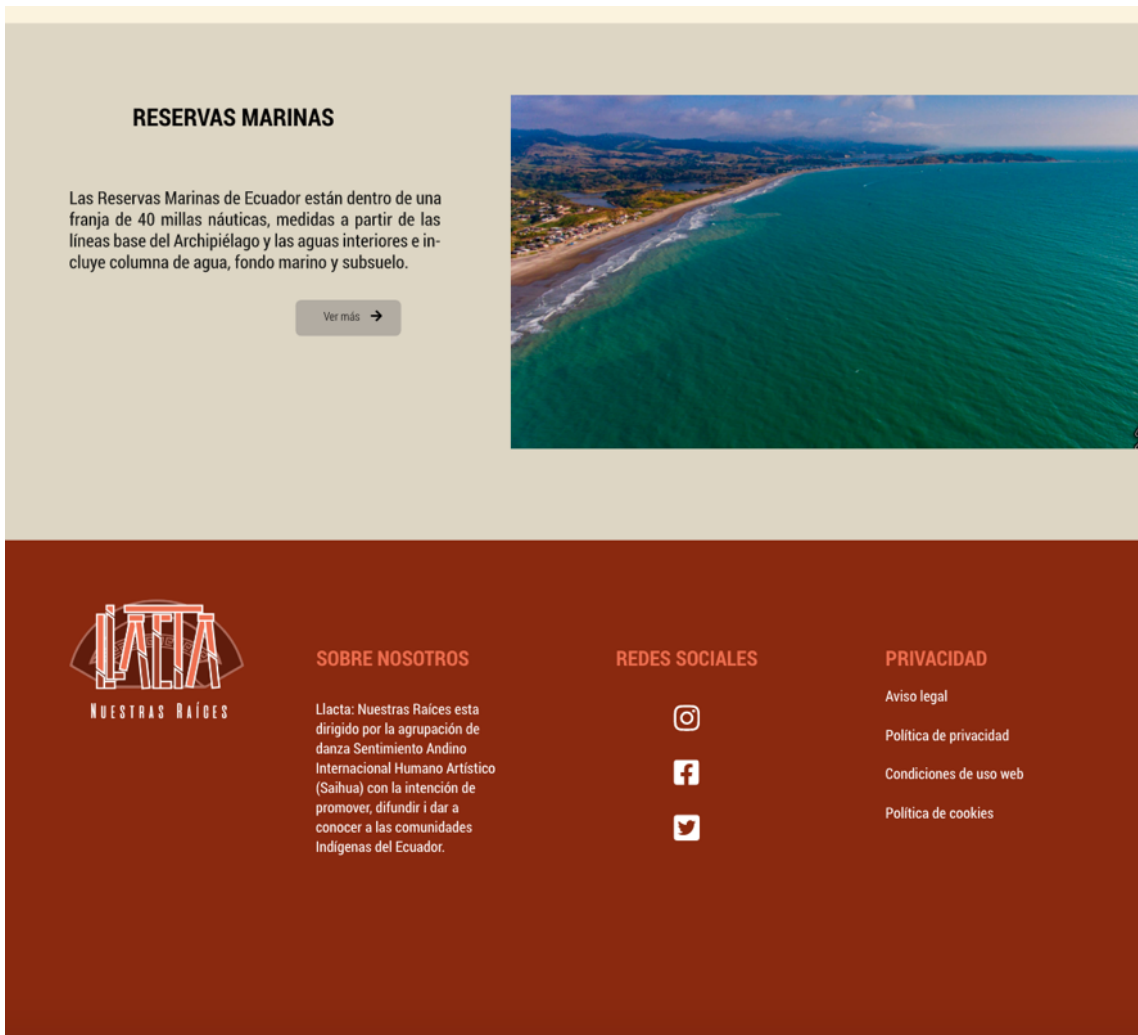
RESERVAS NATURALES

Las reservas naturales contienen un conjunto de ecosistemas intactos o muy bien conservados. En estas reservas hay una gran diversidad de especies que están protegidas por el patrimonio. Por este motivo el principal objetivo de las reservas naturales es conservar el ecosistema y sus especies.



[Ver más →](#)

Figura 35: Pàgina web *Áreas protegidas*



Font: Elaboració pròpia

- **Noticias:** L'apartat "Noticias" va destinada a proporcionar informació sobre els esdeveniments socials, polítics, econòmics i culturals que giren entorn de les comunitats indígenes. Aquesta pàgina es divideix segons els temes de les notícies perquè les persones puguin dirigir-se cap a la categoria que més els interessi (Figura 36).

Figura 36: Pàgina web *Noticias*



Figura 36: Pàgina web *Noticias*



Font: Elaboració pròpia

- **Conócenos:** Finalment, aquest apartat està destinat a presentar a l'agrupació de dansa i les persones encarregades de portar a terme el projecte (Figura 37).

Figura 37: Pàgina web *Conócenos*

RAICES NUESTROS PROCEDIMIENTOS NOTICIAS CONOCENOS

INICIO / CONOCENOS

Logo: Grupo de Música y Danza Saihua ECUADOR

Lista: Nuestras raíces esta dirigido por la agrupación de danza Saihua. Con mas del 20 años de trayectoria artistica nos encargamos de difundir nuestra cultura ecuatoriana y mantener nuestras raíces.

La agrupación Saihua fue creada el 6 de abril del 2001. Está integrada por un grupo de personas deseadas de proyectar y difundir, a través de sus expresiones dancísticas, musicales y teatrales, las danzas tradicionales indígenas y mestizas del Ecuador.

Director de Saihua

Jorge Benítez López (Ibarra, Ecuador, 10 de mayo de 1972), motivado por un grupo de personas interesadas en seguir difundiendo la cultural de Ecuador, dirige el grupo de danza Saihua. Este es además de un proyecto, un compromiso para representar a su país u todo lo que sus tradiciones, manifestaciones ancestrales y culturales representan en el mundo.

Font: Elaboració pròpia

Al final de cada apartat de la pàgina web hi ha un *footer*, o millor conegut com a peu de pàgina, que recull informació i elements que poden ser de gran utilitat per les persones que estan navegant per la web (Figura 38). Els elements que estan representats són: el logotip del projecte, que pot ser polsat i dirigeix directament a la pàgina principal; després també hi ha una breu definició sobre les persones que hi ha darrere el projecte, i unes icones de xarxes socials que estan dissenyades per dirigir a l'internauta cap a les xarxes socials del projecte Lacta: Nuestras Raíces. Finalment, l'últim apartat fa referència a les polítiques de privacitat que hi ha en la pàgina web.

Figura 38: Peu de pàgina de la web



Font: Elaboració pròpia

14. BIBLIOGRAFÍA

- ADIFOLK. (2017). *Jornades Internacionals Folklòriques de Catalunya*. Consultat el 10 / d'abril / 2021, a ADIFOLK: Associació per a la Difusió del Folklore: <https://www.adifolk.cat/ca/esdeveniments/jif>
- Ajuntament de Barcelona. (2010). *Lloguer d'espais*. Consultat el juny / 2021, a Xarxa de centre cívics de Barcelona: <https://ajuntament.barcelona.cat/centrescivics/ca/espais/sala-xato>
- ALEPH. (10 / abril / 2021). *¿Cuál es el significado de Llacta?* Consultat el 10 / abril / 2021, a Aleph: <https://aleph.org.mx/cual-es-el-significado-de-llacta>
- Asamblea Constituyente de Montecristi. (2008). *Contitución de la República del Ecuador*. Consultat el 10 / abril / 2021, a Biblioteca digital - Defensoría Pública del Ecuador: <https://biblioteca.defensoria.gob.ec/bitstream/37000/823/1/Constitución%20de%20la%20República%20del%20Ecuador%202008.pdf>
- Basantes, A. C. (24 / 11 / 2019). *Estas son las nacionalidades amazónicas del Ecuador*, §3. Consultat el 25 / Abril / 2021, a GK City: <https://gk.city/2019/11/24/nacionalidades-indigenas-del-ecuador/>
- Benítez, J., & García, M. T. (2001). *Saihua. Sentimiento Andino Internacional Humano-Artístico sin fronteras*. Barcelona.
- Cabeza de Moog. (13 / febrer / 2014). *Arco Iris - Inty Raymu (1973)*. Consultat el 20 / juny / 2021, a Cabeza de Moog Bloog: <https://cabezademoog.blogspot.com/2019/09/arco-iris-inti-raymi-1973.html>
- Chisaguano, S. (2006). *La población indígena del Ecuador. Análisis de estadísticas socio-demográficas*. Quito: Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC).
- Dea, S. (2006). *Diccionario Kichwa - Castellano*. (E. Navarrete, Ed.) Quito, Ecuador: UNICEF.

- Drucker, P. (1992). The new society of organization. *Harvard Business Review* , 23.
- FASAMCAT. (gener / 2006). *Qué es FASAMCAT?* Consultat el abril / 2021, a Federación de Asociaciones Americanas en Catalunya: <http://www.fasamcat.org/web/index.php/botones/listar/id/7>
- FEDELATINA. (2006). *Quiénes somos*. Consultat el 8 / juny / 2021, a Federación de Entidades Latinoamericanas de Cataluña: <http://fedelatina.org/quienes-somos/>
- Ferrer, J. B. (22 / juliol / 2018). *¿Cunánto cobra un diseñador freelance?* Consultat el maig / 2021, a Barcia: <https://juanbarcia.com/cuanto-cobra-un-disenador-freelance/>
- Figuerola, J., Yáñez, S. E., & Toledo, I. G. (1992.). *El levantamiento indígena del Inti raymi de 1990. pàg. 25*. Quito: Fundación Ecuatoriana de Estudios Sociales. Recollit de El levantamiento dindígena del Inti Raymi de 1990 : <https://conaie.org/2014/06/25/1632-2-1992/>
- Galán, J. M. (març / 2015). *Manual d'elaboració i avaluació de projectes*. Barcelona, Barcelona, Espanya.
- Gobierno de la República del Ecuador. (Juny / 2019). *Inti Raymi, Fiesta del Sol y la Cosecha, en Ingapirca. § 2*. Consultat el 10 / Abril / 2021, a Ministerio de Cultura y Patrimonio: <https://bit.ly/3uWEFdl>
- Grupo Internacional de Trabajo sobre Asuntos Indígenas. (2020). *Pueblos Indígenas en Ecuador*. Consultat el 24 / abril / 2021, a IWGIA: <https://www.iwgia.org/es/ecuador.html>
- Grupo Internacional de Trabajo sobre Asuntos Indígenas. (abril / 2021). *El Mundo Indígena 2021*. (D. Mamo, Ed.) Consultat el 2 / maig / 2021, a IWGIA: https://iwgia.org/doclink/iwgia-libro-el-mundo-indigena-2021-esp/eyJ0eXAiOiJKV1QiLCJhbGciOiJIUzI1NiJ9.eyJzdWliOiJpd2dpYS1saWJyby1lbC1tdW5kby1pbmRpZ2ZVuYS0yMDIxLWVzcCIsImhhdCI6MTYxODkxNDg1NywiZXhwIjoxNjE5MDAxMjU3fQ.1kOUBEI4EIVumW_edYPaE-8B9WeaWQNfNcbYt7bo3Q

Illanez, A. I. (1987). *Los Indígenas y el Estado en el Ecuador* (2ª ed.). Quito: Abya Yala.

Instituto Nacional de Estadística. (1 / gener / 2021). *Estadística Padrón Continuo*. Consultat el 22 / abril / 2021, a Instituto Nacional de Estadística (INE): <https://www.ine.es/jaxi/Datos.htm?path=/t20/e245/p08/l0/&file=03005.px>

Instituto Peruano de Publicidad. (26 / Maig / 2020). *El flyer en la publicidad: Por qué es tan utilizado por grandes empresas*. Consultat el 2 / juny / 2021, a Instituto Peruano de Publicidad: <https://www.ipp.edu.pe/blog/flyer-publicidad/>

Jordán, F. (2003). Reforma agraria en el Ecuador. A F. Jordán, *Proceso agrario en Bolivia y América Latina* (p. 34). La Paz: CIDES-UMSA .

Kichwa. (20 / 03 / 2021). *Kichwa Diccionario Online*. Recollit de Llakta: <https://www.kichwa.net/glossword/index.php/term/1,744.xhtml>

Lozano Impresores. (2018. § 6). *El blog de Lozano Impresores*. Consultat el 13 / abril / 2021, a Los modos de color y su importancia en la impresión digital: ¿RGB o CMYK?: <https://lozanoimpresores.com/blog/glosario/los-modos-color-importancia-impresion/>

Lozano Impresores. (febrer / 2018.). *Los modos de color y su importancia en la impresión digital: RGB o CMYK? § 4*. Consultat el abril / 2021, a El blog de Lozano Impresores: <https://lozanoimpresores.com/blog/glosario/los-modos-color-importancia-impresion/>

Madrid NYC. (2020). *Qué profesionales necesita tu empresa para desarrollar un sitio web*. Consultat el 2 / juny / 2021, a Madrid NYC: <https://madridnyc.es/profesionales-para-desarrollar-web/>

Martín, F. M. (2011). El plan estratégico de comunicación como nuevo modelo de investigación científica universitaria. *Dialnet*, 14.

Merodio, J. (maig / 2020). *Qué es un consumidor potencial*. Consultat el 24 / abril / 2021, a EAE Business School:

<https://www.eaeprogramas.es/blog/marketing/que-es-un-consumidor-potencial>

Miranda, G. A. (2017). El proyecto cultural: hacia una revisión del concepto en la perspectiva de un marco referencial. *Culturas. Revista de Gestión Cultural*, 4(2), 17.

Mitologia.info. (Novembre / 2017). *Inti: el dios del sol Inca*. Consultat el 22 / juny / 2021, a Mitologia.info: <https://www.mitologia.info/inti/>

NeoAttack. (2020). *¿Qué es un Árbol Web y para que sirve?* Consultat el juliol / 2021, a NeoAttack: <https://neoattack.com/neowiki/arbol-web/>

Ortega, C. (2021). *Curs de Marketing Cultural*. Apunts acadèmics, Universitat de Girona.

Ortiz, P. (03 / 30 / 2021). *Mundo Indígena 2019: Ecuador*. Consultat el 22 / març / 2021, a IWGIA: <https://www.iwgia.org/es/ecuador/3396-mi2019-ecuador.html>

Oxford Languages. (2020). *Oxford Languages*. Consultat el 10 / abril / 2021, a Vector: <https://languages.oup.com/google-dictionary-es/>

Pallares, A. (22 / gener / 2019). *Lo que necesitas para crear un sitio web: Guía paso a paso*. Consultat el juny / 2021, a Smart Up: <https://smartupmarketing.com/guia-lo-que-necesitas-para-crear-un-sitio-web/>

Raiola Networks. (15 de juny de 2018). *¿Qué es una dirección IP? ¿Cómo puedo saber mi IP? § 1*. Recuperado el 13 de maig de 2021, de Raiola Networks: https://raiolanetworks.es/blog/que-es-una-direccion-ip/#que_es_una_direccion_ip

RD Station. (12 / març / 2017). *La guía definitiva de Redes Sociales*. Consultat el 19 / juny / 2021, a RD Station: https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms/files/20473/1519669802La_Guia_definitiva_de_Red_Sociales.pdf

- Riestra, M. (2020). *Cuánto tiempo y dinero necesito para crear una página web*. Consultat el maig / 2021, a Ideando Azul: <https://ideandoazul.com/disenoweb/tiempo-dinero-construir-web/>
- Sánchez, J. P. (2013). *LOS INDÍGENAS Y LA POLÍTICA. Representación y participación electorales*. Quito: Abya-Yala.
- Schüler, L. (25 / 05 / 2020). *Público objetivo, cliente ideal y buyer persona: ¿cuáles son las diferencias?* Consultat el 22 / abril / 2021, a RD Station: <https://www.rdstation.com/es/blog/publico-objetivo-cliente-ideal-buyer-persona/>
- Steph, C. (11 / abril / 2016). *El análisis DAFO: los secretos para fortalecer su negocio*. 60. Global: 50MINUTOS.es.
- Tempone, D. (31 / diciembre / 2020). *¿Qué es la identidad gráfica y qué tiene que saber un profesional del branding?* Consultat el 13 / juliol / 2020, a Domestika: <https://www.domestika.org/es/blog/6226-que-es-la-identidad-grafica-y-que-tiene-que-saber-un-profesional-del-branding>
- Webempresa. (2020). *¿Qué es un Hosting y cómo funciona?* Consultat el 23 / juny / 2021, a Webempresa: <https://www.webempresa.com/hosting/hosting-que-es-como-funciona.html>

