Facultad de Comunicación Mónica Herrera

TÍTULO DEL PROYECTO FINAL

Memoria del proceso de coordinación de transmisiones y difusión de la obra "Las Brujas de Salem" llevada a escena en teatro expandido.

Para optar al grado de:
Licenciado en Periodismo

Presentado por:
Vito Nelson Vicente Muñoz Ugarte

Equipo de Asesores:
Jaime Tamariz
Viviana Elizalde
Guadalupe Chávez

Guayaquil, Ecuador

Miércoles 31 de agosto del 2016

RESUMEN o ABSTRACT

El presente trabajo expone lo vivido en el proceso de coordinación de transmisiones en vivo y difusión en redes sociales de la obra teatral Las Brujas de Salem en la ciudad de Guayaquil.

Como integrante de la comisión de coordinación y logística, el papel fundamental que tuve dentro de la comisión fue el de elaborar junto a la persona encargada de difundir en redes sociales la planeación de las publicaciones, y coordinar la transmisión en vivo de la rueda de prensa y de la obra teatral.

Tuve como tarea principal darle valor agregado al plan de difusión de la obra, utilizando los medios disponibles a través del canal online VITOTVO vía Livestream, y utilizando las redes sociales pertenecientes al canal.

La promoción de la obra tenía que ser completa, por lo que se elaboraron publicaciones de la obra donde se evidenciaban cada una de sus etapas, para crear una conexión entre el público y la obra que llevamos a escena.

Palabras clave o Keywords:

-Salem

-Teatro Expansivo

-Arthur Miller

-Guayaquil

-Brujas

ÍNDICE

Portada

1. Abstract …….. 3

2. La Denominación ……..4

3. Descripción de las funciones realizadas…….4

4. La Fundamentación …….5

5. Objetivos de la memoria …….8

6. Destinatarios ……..8

7. Proceso de logística y cobertura……...9

8. Organización de comisiones ……...17

9. Los Recursos materiales ……..18

10. Autoevaluación …….20

11. Bibliografía …….22

12. Anexos ……..23

2) LA DENOMINACIÓN:

El título del proyecto se ha denominado:

Memoria del proceso de coordinación de transmisiones y difusión de la obra “Las Brujas de Salem” llevada a escena en teatro expandido.

Es una descripción de lo sucedido en el proceso de coordinación y logística, específicamente coordinando las transmisiones de la obra y su difusión a través de las diferentes redes que posee el canal online, VitoTVO. Detallo cada paso dado para el desarrollo del trabajo y presento en esta memoria individual las vivencias obtenidas.

3) DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES REALIZADAS

Mi trabajo individual dentro de la agrupación y más específicamente dentro de la comisión de coordinación y logística, estuvo basado en idear un plan de promoción en conjunto con la persona encargada de las publicaciones en redes sociales, sobre cuál sería la publicación diaria de las eventualidades en torno a la obra.

También como función primordial coordiné con el canal online VitoTVO, la transmisión de la rueda de prensa donde se presentó a los medios la obra teatral, y la transmisión de la obra. Para que esto fuera posible, debíamos tener claro los equipos que poseía el canal, tener reuniones con el Teatro Sánchez Aguilar donde la producción del canal se ubicaría para grabar la obra, y coordinar con Relaciones Públicas el material de los auspiciantes de la obra para la transmisión.

La idea principal del proyecto desde el inicio fue producir una obra teatral, por lo que la escogida fue: Las Brujas de Salem, añadido a esto teníamos el reto de adaptarla al teatro expansivo. Al principio se deseaba involucrar al espectador y tener la oportunidad de expandir y adaptarla a otros espacios.

Nos propusimos salir un poco del reglón que se sigue en el guión, bajo los parámetros tradicionales donde siempre se manifestó respeto, a pesar que se mantuvo la opción en cuenta. Para poder realizar la obra teatral se decidió contar desde los inicios con la participación de los involucrados; puesto que se cuenta con actores de renombre a nivel nacional dentro del grupo de tesistas, la obra tendría un elemento más para ser llamativa.

Lo que se encontraba bajo control del grupo era la manera en que se va a producir la obra, los acuerdos llegados en torno a la elaboración de la misma, y los tiempos para poder cumplir con cada proceso. También el hecho que contamos con la participación de actores profesionales. Lo que se salía de control, es el poder llevar siempre un calendario y organización estricta de cada faceta. El departamento de logística tiene como principal tarea el de buscar la manera de enfrentar estos obstáculos, para que se ejecute con excelencia la obra.

4) LA FUNDAMENTACIÓN:

El proyecto posee una relevancia social muy alta; porque es un retrato de sucesos inspirados en la vida real, además de transmitir el mensaje original y llevarlo a las tablas, realizando la adaptación al teatro expansivo. Se trata de adaptar y expandirse a otros espacios, involucrando al espectador durante todo el proceso de la obra y hasta después de ella.

Tuvimos la principal tarea de mantener la historia y el propósito con el que Arthur Miller la escribió y a su vez llamar la atención de los seguidores de la obra y de los que gustan del teatro.

Desde el principio estuvo clara la importancia de que se debían elaborar transmisiones en Livestream, ¿Por qué razón? Livestream es una tecnología

que permite a personas que viven en Ecuador, trabajan y no tienen acceso a un televisor puedan visualizar a través de la ventana de internet cualquier tipo de programación. También tiene la ventaja de que se puede visualizar en otras partes del mundo y no únicamente a nivel nacional.

Las notas generadas por los medios televisivos son importantes para que una acción o evento se difunda, pero al tener en nuestro poder la cobertura de un canal únicamente dedicado a difundir lo que nosotros hacemos, tenemos la opción de transmitir un mensaje claro sin cortes y sin que el mensaje principal sea desviado. Por ejemplo, si un programa de tinte farandulero asiste a la rueda de prensa, buscará generar una nota sobre algún suceso de la vida real de uno de los involucrados, ya que son personas que pertenecen al medio.

El marketing de promoción de una obra teatral, no es una materia que se encuentre comúnmente entre casos de éxito o documentación de algún experto en el área. Esto me motivó en lo personal a proponer en realizar las transmisiones y darle ese toque diferente a la difusión de esta tan importante obra.

El público que consumiría la obra, sería el que posee un criterio formado y puede discernir, diferenciar, analizar y opinar. Enfocado a un espectador analítico con capacidad de escoger según lo que se vende, y si le gusta la propuesta, los actores, el director teatral, el productor y sobre todo el espacio donde se llevará a cabo.

Vender una obra con un contenido que maneja temas fuertes como las Brujas de Salem, no iba a ser sencillo ya no iba a poder ser posible difundirlo como una obra de tinte familiar, por lo que las marcas encontraban ahí un obstáculo para auspiciar.

A través de un plan elaborado de difusión, involucramos al espectador durante todo el proceso de construcción de la obra y hasta después de ella.

El obstáculo más alto fue el llevar siempre un calendario y organización estricta de cada faceta de la puesta en escena.

Las ocupaciones múltiples de cada integrante fueron uno de los obstáculos, dichas personas al no tener la edad, ni el perfil promedio de un estudiante universitario (entre 18 y 23 años), tenían múltiples ocupaciones que significaban para ellos cumplir con horarios en sus trabajos, familias, viajes de negocios, por lo que los periodos en los que se pueden dar respuesta o llegar a acuerdos, responder preguntas o dudas, tenían un aumento considerable.

Como factores que Influyeron en la realización de este proyecto, estuvieron las ganas y el tipo de aporte que realizó cada integrante. Por ejemplo, contamos con personajes de renombre importante dentro del medio de la actuación y con las conexiones para poder llegar a posibles auspiciantes, por lo que se aprovechó eficazmente este valor agregado para beneficio del proyecto.

5) OBJETIVOS DE LA MEMORIA:

OBJETIVO GENERAL:

Describir mediante una memoria de proyecto, el proceso utilizado para la cobertura y transmisión de la rueda de prensa y función de la obra teatral Las Brujas de Salem, para otorgar un valor agregado y referente de la difusión publicitaria teatral en Guayaquil.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

-Producir un documento con una lectura fácil dirigida a jóvenes, en la cual se describa el proceso vivido de la producción de la obra teatral.

-Crear una bitácora para identificar las etapas elaboradas y cumplidas durante el proceso teatral, y la importancia de la difusión en cada una de ellas.

6) DESTINATARIOS:

El perfil de los destinatarios finales está dirigido hacia hombres y mujeres, estudiantes de la carrera de comunicación escénica de la Universidad Casa Grande nacidos en el año 1998 y 1999. Es decir, son jóvenes de 18 años que acaban de graduarse del colegio y buscan estudiar una carrera afín a sus intereses.

La urbe cuenta con más del 65, 4% de personas que cuentan con este tipo de perfil, su nivel socioeconómico es medio y medio – alto. Probablemente han escuchado o leído la obra Las Brujas de Salem. Son asiduos consumidores de redes sociales, aprecian la innovación y visitan lugares nuevos, están al tanto de las tendencias y movimientos en la ciudad donde viven.

Buscan nutrirse de las obras teatrales que ofrece la ciudad, ya que al seleccionar una carrera como la de comunicación escénica, tienen el deseo de mantenerse involucrados en el mundo escénico.

7) PROCESO DE LOGÍSTICA Y COBERTURA PARA LA OBRA LAS BRUJAS DE SALEM

Las acciones que se realizaron para poder producir esta obra, al principio consistieron en dividir al grupo de 18 integrantes en comisiones y delegar funciones para cada uno de ellos, cada integrante propuso las tareas que sabía que podría cumplir según su conocimiento y experiencia, y que podrían ser llevadas a cabo sin problema.

OBJETIVO GENERAL:

Coordinar la logística para llevar a cabo la adaptación de la obra de Arthur Miller al teatro expansivo en la ciudad de Guayaquil, por medio de calendarios, planificación y supervisión, para la puesta en escena durante el tiempo y lugar estipulados.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

-Gestionar la planificación de actividades auxiliares y diversas para la realización de la obra en un teatro tradicional.

-Distribuir los tiempos que se necesitan para cumplir con cada una de las etapas de la puesta en escena.

-Elaborar un cronograma de tareas por comisión, ajustado a las necesidades requeridas para la puesta en escena de la obra teatral.

-Coordinar con cada comisión las diferentes tareas asignadas.

<u>Etapas</u>

Cada etapa fue pensada estrictamente desde el punto de vista de coordinar y pensar en la logística donde se tendrían que llevar a cabo las acciones que contribuirían al desarrollo de la obra grupalmente para concluir el proceso de investigación, construcción de los personajes y montaje.

Primera etapa

Selección de actores: Desde el principio tuvimos claro de que los involucrados en el proyecto también debían ser los actores dentro de la obra. Escogimos a los personajes después de que el guion fue adaptado, y a cada integrante que retrató a los personajes. También los actores que no se encontraban realizando la tesis, e iban a involucrarse debían pertenecer a la universidad Casa Grande, o tener alguna conexión con la misma.

Reuniones grupales: Dividimos en dos partes el tipo de reuniones que era necesario sostener. Se elaboró un horario de ensayos de la obra, tuvimos un taller de actuación, y otro horario que consistía en reunir a los integrantes para tomar decisiones sobre la producción de la obra.

Como comisión fuimos responsables de definir los horarios de reuniones y solicitar a la universidad las salas respectivas. También le notificamos a los guías que asistan en algunas ocasiones, ya que era necesario definir algunos puntos con ellos.

Ensayos: Una vez escogidos los actores, empezamos con los ensayos y talleres de actuación gestionados en conjunto con el grupo de coordinación y el de creatividad. Los guías de la universidad también estuvieron pendientes de direccionar cada paso que debíamos dar.

Segunda etapa

Reuniones con auspiciantes: Una vez definidos los personajes, la comisión de ventas y RRPP necesitaba armar los paquetes que iban a ser vendidos a las empresas con las cuales se inició un contacto y se concretó una reunión. Una vez definidos los auspiciantes que iban a pertenecer a la obra, fue necesario coordinar en conjunto las acciones con el resto de departamentos dependiendo de lo ofrecido en los paquetes vendidos.

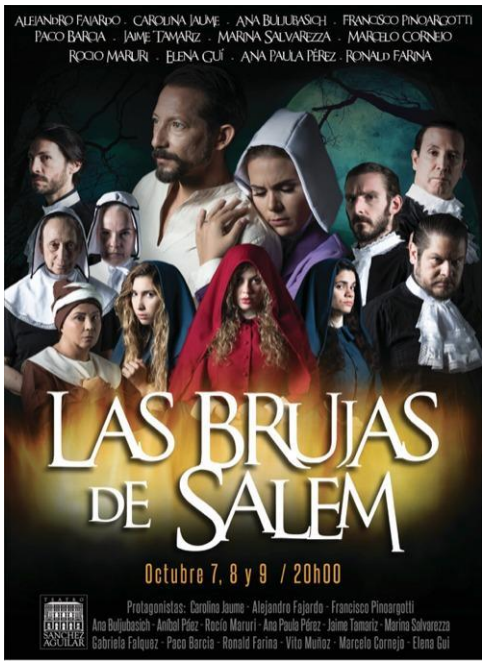

Gráfico 1 Afiche de presentación de la obra presentado a auspiciantes

Gráfico 1.1 Foto del elenco y producción presentado a los auspiciantes

Producción y vestuario: Se definió la estética y vestuario que tendría la obra, por lo que el departamento de RRPP consiguió canje con un fotógrafo de renombre para que tome las fotografías de todo el elenco dentro de su personaje (ver en anexos página 1). Coordinación y logística elaboró el cronograma de tiempo por cada personaje para la toma de fotos, y el contacto con actores y extras que colaboraban externamente dentro del grupo del proyecto.

Reuniones con los guías: Como comisión de logística y coordinación, conversamos con la universidad Casa Grande el uso de diferentes instalaciones para poder sostener reuniones grupales con todas las comisiones y los profesores guías, uno de los profesores estaba involucrado en la dirección de la obra por lo que era necesario que estuviera presente en los procesos creativos y lo que se acordaba como agrupación.

Avances por cada grupo: Cada comisión fue presentando sus avances en reuniones semanales, en estas reuniones se especificaba la tarea que elaboraba cada integrante por comisión, para la constatación de lo acordado en las reuniones, elaboramos un reporte de reunión donde detallamos cada acuerdo (VER ANEXO).

Carpeta grupal del proyecto: la universidad exigía una carpeta grupal por lo que hubo dos encargados principales de la misma, que servían como filtro y organización de la carpeta. El trabajo de la carpeta era extenso, fue necesario dividirla entre todos los integrantes para poder completarla.

Elaboración de entrevistas: Como comisión elaboramos 3 entrevistas las cuales soportamos audiovisualmente, para el contenido de la parte de investigación de la carpeta grupal (ver anexos). El resto de comisiones dividieron el trabajo de realizar las entrevistas respectivas a los autores fundamentales para alimentar la investigación.

Piezas digitales: En esta etapa, el departamento de ventas y RRPP elaboró las piezas digitales que debían servir para la difusión en redes sociales de la obra.

Gráfico 2 Poster difundido en redes sociales

Difusión en redes sociales: Como comisión de coordinación y logística, coordinamos las fechas de publicaciones en conjunto con la persona encargada de la difusión. Se dividió 3 etapas que fueron las de

expectativa, producción y lanzamiento. Elaboramos un cronograma de publicaciones para cada etapa de la realización de la obra.

Las publicaciones elaboradas en conjunto con difusión de redes sociales complementaron y estuvieron en todo momento presentes, a través del canal se elaboró la transmisión en vivo de la rueda de prensa, ininterrumpida, desde la 1pm, elaborando entrevistas en vivo a actores y directores de la obra.

El canal cuenta con una audiencia diaria que oscila entre los 30.000 y 40.000 espectadores diarios, y puede visualizarse en otros países del mundo.

Como valor agregado se realizaron publicaciones y vídeos con entrevistas en tiempo real, por lo que la cobertura a través de medios digitales fue completa. En los anexos podrá visualizar un ejemplo de las publicaciones realizadas y pertenecientes a VITOTVO, en cada una se cumplen las diferentes etapas que tuvimos para la difusión de la obra (ANEXO 5.1)

Rueda de prensa en la Universidad Casa Grande:

El día martes 27 de septiembre organizamos una rueda de prensa en la biblioteca de la Universidad Casa Grande con la finalidad de realizar la presentación ante los medios de la obra teatral.

El motivo principal fue el de poder difundir y dar a conocer a la prensa y público espectador el proyecto. La transmisión se dio de manera ininterrumpida, también se elaboraron publicaciones de la misma en las redes sociales del canal en conjunto con vídeos de entrevistas de los personajes de la obra.

Resultados publicaciones y alcance:

Los materiales para publicar se basaron en vídeos elaborados de tal manera que se publicaron como pequeñas cápsulas de ensayos con actores, montaje de la obra, y mensajes de los mismos invitando al público a la obra.

Cada vídeo tuvo un promedio de 1.800 reproducciones en Instagram, cada imagen en promedio contó con 70 likes.

Las imágenes que tuvieron una mayor cantidad de likes, son aquellas en las que aparecían los personajes de manera individual, ya que al ser personas conocidas a nivel nacional generaron una mayor atención de los seguidores.

El total de followers que obtuvo la cuenta de Instagram oficial de Las Brujas de Salem fue de 680 seguidores, logrados de una manera orgánica y por medio de las solicitudes realizadas al elenco para que mencione la cuenta en cada publicación que realicen refiriéndose a la obra.

Las cuentas pertenecientes al canal y por las cuales se elaboró la difusión fueron: Fuull Farándula (202.000k), El Orito (153.000k), Vida, Negocios y Mujeres (395.000k).

El 80% por ciento de los seguidores de estas cuentas son ecuatorianos, por lo que el mensaje llegaría localmente de una forma directa.

Transmisión oficial de la obra: VITOTVO al poseer los derechos de transmisión de la obra teatral, elaboró una campaña de difusión para anunciar que el día viernes 14 de octubre a través de la plataforma online se iba a transmitir para todos aquellos que no tuvieron la oportunidad de asistir al teatro. A su vez, gracias a una alianza elaborada por VITOTVO, los suscriptores de Tv cable a través del canal 213 tendrían acceso a la programación.

La previa de la transmisión fue presentada por mí y por otra compañera de grupo, Gabriela Pazmiño de Bucaram como “abre boca” para la presentación en la plataforma online de la obra.

La transmisión oficial de la obra teatral fue desde las 18h00 hasta las 20h00, contó con la visualización activa de 3.667 personas ininterrumpidamente.

Monitoreo de publicaciones: RRPP se encargó de elaborar el monitoreo de las publicaciones realizadas por los diferentes medios, de esta manera podíamos visualizar la aceptación que tuvo la rueda de prensa, y determinar cuál sería el siguiente paso que íbamos a tomar para continuar con la difusión.

Ensayo general y técnico: Un día antes del estreno de la obra que fue el día 6 de octubre, tuvimos el ensayo técnico. En este ensayo invitamos a diferentes medios para que puedan llevarse una impresión clara de la obra. El mismo día todas las comisiones estuvieron colaborando en conjunto para poder armar la escenografía y ultimar detalles con los actores y sus intervenciones.

Ensayo con vestuario: El día viernes 7 de octubre, en la tarde se elaboró el ensayo general con vestuario y escenografía armada. En este ensayo se coordinó con el director, el teatro y producción que el vestuario, los actores, y el personal que se encontraba elaborando el montaje estuvieran a tiempo para poder diagnosticar a tiempo algún cambio que se deba dar.

La comisión de coordinación y logística contaba con las personas especializadas en diferentes áreas y con conocimiento del montaje de una obra desde sus primeras etapas de concepción, hasta el estreno de la misma.

Presupuesto y costos:

La comisión de coordinación y logística contaba con las personas especializadas en diferentes áreas y con conocimiento del montaje de una obra desde sus primeras etapas de concepción, hasta el estreno de la misma.

Hubo recursos que no tuvieron ningún costo, contamos con un equipo multimedia que documente las entrevistas, un diseñador para los afiches y piezas de difusión en redes sociales, cada miembro del equipo se desplazó a

los lugares donde tenía que asistir por sus propios medios. También las llamadas por celular o telefónicas que tuvimos que realizar las asumimos todos los miembros del grupo individualmente.

Los guías también han formado una parte importante del proceso desde su nacimiento, son los que le han dado “luces” al grupo y han colocado el contexto de la relevancia de la obra y la manera de llevarla a cabo.

Para poder financiar la producción y montaje de esta obra en la ciudad de Guayaquil, la comisión de RRPP y ventas se enfocó en buscar contactos y citas con los encargados de los departamentos de auspicios en empresas, bancos, imprentas y locales comerciales.

El presupuesto que se definió para la elaboración de la obra fue un total de $18.078,60 que se desglosó en los diferentes items y personas a las cuales fue necesario que se les cancelará un rubro. El cuadro de presupuesto, está dividido en dos partes. El cuadro donde se define los valores totales de producción y los utilizados para el teatro. Corrobora en su totalidad todo lo invertido, nombres de personas y concepto. (VER ANEXO 8).

La comisión de ventas fue la encargada de poder obtener los valores necesarios para la elaboración de todo el proyecto.

8) ORGANIZACIÓN DE COMISIONES

Las personas involucradas en este proyecto que se encontraban realizando la obra son en total 18.

A continuación, detallo cómo se dividieron:

COORDINACIÓN Y LOGÍSTICA

Ronald Farina, Karelia Vega, Vito Muñoz

CAMPO Y VESTUARIO

Pablo Mosquera, Ana Buljubasich, Marcelo Cornejo

CREATIVA

Carolina Jaume, Francisco Pinargoti, Alexandra Dávila, Aníbal Páez, Nathalie Elghoul, Paco Barcia

RRPP Y VENTAS

Gabriela Pazmiño, Gabriela Reinoso, Gonzalo Pesantes, Gregory Garay

PERSONAL DE VITOTVO

COORDINACIÓN

Vito Muñoz

PRODUCTOR

Jaime del Pozo

CÁMARA / EDICIÓN

Pablo Pazmiño

9) LOS RECURSOS MATERIALES

Para la elaboración de este documento individual, fue necesario involucrarme con una comisión como la coordinación y logística, ya que sería la comisión que más relación tendría con todos los involucrados.

En base a la experiencia obtenida a través de esta comisión pude darme cuenta de la necesidad de ampliar la difusión del proyecto que estábamos elaborando, para que queden cubiertos todos los canales de comunicación.

Cubriendo cada etapa del proceso de montaje de la obra, me vi en la necesidad de proponer las transmisiones, lo que llevó a la elaboración de este documento que especifica la importancia de la misma.

Los recursos de los cuales dispuse, han sido mi involucramiento en el proceso de coordinación con mis compañeros, las convocatorias realizadas por mi comisión, los espacios otorgados por el teatro Sánchez Aguilar y la Universidad Casa Grande para la transmisión de la rueda de prensa y para la grabación de la obra.

Todo el equipo audiovisual que hizo posible esta difusión fue otorgado por el equipo de producción de VitoTVO que se hizo cargo del montaje, grabación, transmisión y edición del mismo.

10. AUTOEVALUACIÓN:

La motivación personal que tuve para poder realizar este proyecto ha sido principalmente el poder incursionar en un campo que para mí era desconocido. También el contar con compañeros que poseen una gran calidad de profesionalismo, competentes y sobre todo tenían las ganas de realizar este proyecto y ejecutarlo de la mejor manera.

Otra de las motivaciones que tuve, fue la de que por primera vez tendría una participación activa en todo el proceso y montaje de una obra teatral. Me llevé la sorpresa de que mi participación no sería únicamente tras bastidores, tendría un papel en la obra el cual representaba un compromiso personal aún mayor. Lo innovador de la obra, no solamente ha radicado en el montaje que se realizaba sino en el elenco que participa y la adaptación del guión y los personajes.

La utilidad de esta obra radica en la alta relevancia que tiene y prospera en el mundo teatral, estamos llevando un escrito completo originalmente dividido en 4 actos, y lo expandimos a otros espacios involucrando al espectador.

Entre los factores que contribuyeron a que las personas tengan las ganas de asistir a la obra, fue que hubo una importante campaña de expectativa, y también llamó la atención de los auspiciantes, medios y público en general es el hecho de que personajes de la farándula ecuatoriana y de renombre eran parte del elenco.

La comisión de coordinación y logística desde el principio del proyecto tuvo la minuciosa tarea, de ser el eje controlador de todo el grupo de personas que conformaban el proyecto. No se podía elaborar ninguna acción sin antes comunicar o estar de acuerdo entre todos los involucrados en la manera en la

que se iba a realizar. Los representantes de esta comisión tuvieron muchos errores y aciertos que valen la pena analizar. Entre los aciertos estuvo la pronta organización para elaborar el cronograma de ensayos y reuniones a las que debían asistir todos.

También el seguimiento de lo conversado en las reuniones a través de las actas elaboradas, en estas actas se describe las funciones que cada comisión había cumplido, lo que faltaba por cumplir, y los compromisos individuales que adquirían para que fuera posible. (ver anexos)

La distribución de los miembros grupales considero que fue acertada, la intervención de cada integrante fue variada ya que hubo miembros que tuvieron una mayor cantidad de intervención en el chat grupal por whatsapp que compartimos, como los de la comisión de RRPP y también de logística.

Hubo otros que desarrollaban las tareas de su grupo de otra manera y las comunicaban en las reuniones de actualización que manteníamos semana a semana.

Mi intervención grupal considero que pudo haber sido más activa en los chats grupales, mi trabajo se enfocó en elaborar tareas puntuales para enriquecer el proyecto. Mi postura siempre fue respetuosa con mis pares, y sobre todo presta a colaborar en todo lo que sea necesario ofreciéndome a desarrollar o facilitar recursos para las actividades grupales.

BIBLIOGRAFÍA

Ecuador en cifras, avalado por el INEC: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo
file:///C:/Users/USER/Downloads/asi_esGuayaquil_cifra_a_cifra.pdf

ANEXOS