



**CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO**

**CREACIÓN DE UNA REVISTA INFORMATIVA TURÍSTICA**

**DE LOS ATRACTIVOS DEL CANTÓN CALUMA,**

**PROVINCIA DE BOLÍVAR.**

**Trabajo de Titulación previo la obtención del título de Tecnólogo en**

**Diseño Gráfico**

**AUTOR: JENNIFER MARCELA POVEDA PEÑA**

**TUTOR: Ing. Gabriela Hurtado**

**Quito, junio 2019**



## ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Quito, 8 de Junio de 2019

El equipo asesor del trabajo de Titulación de las Sr. (Srta.) **POVEDA PEÑA JENNIFER MARCELA**, de la carrera de Diseño Gráfico, cuyo tema de investigación fue **Creación de una revista informativa turística de los atractivos del cantón Caluma, provincia de Bolívar.**, una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.

  
Ing. Gabriela Hurtado  
Tutor – Revisor del Proyecto

  
Ing. Casares Verónica  
Lector del Proyecto

 INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"  
CONSEJO DE CARRERA  
Ing. Raquel Andrade  
Delegado Unidad de Titulación

 INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"  
DIRECCIÓN DE CARRERA  
Ing. Lizeth Guerrero  
Directora de Carrera

CAMPUS 1 - MATRIZ	CAMPUS 2 - LOGROÑO	CAMPUS 3 - BRACAMOROS	CAMPUS 4 - BRASIL	CAMPUS 5 - YACUAMBÍ
Av. de la Prensa N45-268 y Logroño Teléfono: 2255460 / 2269900 E-mail: instituto@cordillera.edu.ec Pág. Web: www.cordillera.edu.ec Quito - Ecuador	Calle Logroño Oe 2-84 y Av. de la Prensa (esq.) Edif. Cordillera Telfs.: 2430443 / Fax: 2433649	Bracamoros N15 - 163 y Yacuambí (esq.) Telf.: 2262041	Av. Brasil N46-45 y Zamora Telf.: 2246036	Yacuambí Oe2-36 y Bracamoros. Telf: 2249994

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

Yo, Jennifer Marcela Poveda Peña estudiante de la Escuela de Diseño Gráfico doy clara fe de que este proyecto de grado titulado “Creación de una revista informativa turística de los atractivos del cantón Caluma, ubicado en la Provincia de Bolívar” manifiesto la originalidad y Conceptualización del trabajo, elaboración de conclusiones y recomendaciones son de mi total autoría, dejando claro que los aportes intelectuales de otros autores se han referenciado debidamente en el texto de dicho trabajo.



---

Jennifer Marcela Poveda Peña

C.C.: 020228415-4

## LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo Jennifer Marcela Poveda Peña portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 020228415-4 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado “Creación de una revista informativa turística de los atractivos del cantón Caluma, ubicado en la Provincia de Bolívar” con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

**FIRMA**



**NOMBRE**

Jennifer Marcela Poveda Peña

**CÉDULA**

020228415-4

Quito, 4 de junio del 2019

## **AGRADECIMIENTO**

Primeramente, doy gracias a Dios, por haberme dado la fortaleza y dedicación necesaria para poder culminar una etapa más de mi vida. A mis padres, a mi abuelita quien a pesar de su discapacidad física ha sido la persona más tierna y amorosa de este mundo, la cual nunca me dejó de apoyar.

Agradezco en especial a mi esposo quien ha sido mi apoyo incondicional y sobretodo un amigo para mí, el cual me ha enseñado afrontar los retos que se han presentado a lo largo de mi carrera estudiantil y de la vida personal.

## **DEDICATORIA**

Dedico esta tesis principalmente a Dios, luego a mi Familia, a mis Padres por siempre haberme brindado el apoyo necesario, en especial a mi Abuelita por ser mi más grande ejemplo que a más de ser más que una madre para mí, es quien han sido mi mayor apoyo, quien a pesar de su discapacidad física fue quien mayor aporte y esto no es económicamente, sino que, con su cariño, consejos, ha logrado inculcarme grandes valores que me han ayudado en mi vida como profesional y como persona.

A mi esposo Adolfo, por haberme brindado su apoyo día con día, su ayuda ha sido fundamental en esta etapa de mi vida, ha estado conmigo en mis caídas y ha sido mi mayor inspiración para levantarme y seguir con mis sueños de ser una profesional, más que un esposo ha sido un ejemplo a seguir.

## ÍNDICE GENERAL

<b>DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE.....</b>	<b>iii</b>
<b>LICENCIA DE USO NO COMERCIAL.....</b>	<b>iv</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>v</b>
<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>vi</b>
<b>ÍNDICE GENERAL.....</b>	<b>vii</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS.....</b>	<b>xii</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO .....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xvi</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>xvii</b>
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>1</b>
<b>1. Antecedentes .....</b>	<b>1</b>
1.01. Contexto .....	1
1.02. Justificación.....	3
1.03. Definición del Problema Central (Matriz T).....	5
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>6</b>
<b>2. Análisis de Involucrados.....</b>	<b>6</b>
2.01. Mapeo de los Involucrados .....	6
2.02. Matriz de Análisis de Involucración .....	7
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>8</b>
<b>3. Problemas y Objetivos .....</b>	<b>8</b>
3.01. Árbol de Problemas.....	8
3.02. Árbol de Objetivos .....	9
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>10</b>
<b>4. Análisis de Alternativas .....</b>	<b>10</b>

4.01. Matriz de Análisis de Alternativas e Identificación de Acciones .....	10
4.01.01. Tamaño del Proyecto .....	11
4.01.02. Localización del Proyecto .....	12
4.01.03. Análisis Ambiental.....	14
4.01.04. Impacto Positivo .....	14
4.01.05 Impacto Negativo.....	14
4.02. Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos .....	15
4.03. Diagrama de Estrategias.....	16
4.04. Construcción de la Matriz de Marco Lógico.....	17
4.04.01. Revisión de los Criterios para Indicadores .....	17
4.04.02. Selección de Indicadores.....	19
4.04.03. Medios de Verificación.....	21
4.04.04 Supuestos .....	24
4.04.05. Matriz de Marco Lógico .....	26
<b>CAPÍTULO V.....</b>	<b>29</b>
<b>5. Propuesta .....</b>	<b>29</b>
5.01. Antecedentes de la Herramienta y Perfil de la Propuesta .....	29
5.02 Marco Teórico.....	31
5.02.01. Diseño editorial .....	31
5.02.02. Revista.....	32
5.02.03. Tipografía.....	35
5.02.04. Color (Teoría del color, psicología del color).....	35
5.02.05. Composición .....	36
5.02.06. Etapas.....	36
5.02.07. Tendencias .....	36

5.02.08. Estándares de calidad .....	37
5.02.09. Software a utilizar .....	37
5.03. Descripción de la Herramienta.....	38
5.03.01. Metodología (Materiales y Métodos).....	38
5.03.02. Resultados .....	40
5.03.03. Aplicación .....	50
5.04. Formulación del Proceso de Aplicación .....	51
5.04.01 Planificación.....	51
5.04.02 Propósito del proyecto .....	51
5.04.03 Tipo de publicación.....	51
5.04.05 Formato .....	52
5.04.06 Número de páginas.....	52
5.05 Desarrollo.....	53
5.05.01 Mapa de Contenidos.....	53
5.05.02 Índice de Imágenes.....	54
5.05.03 Estilos.....	60
5.05.04 Páginas máster o retículas .....	61
5.05.05 Diagramación.....	64
5.05.06 Imagen Corporativa.....	65
5.05.06.01 Estructura del Isotipo .....	66
5.05.06.02 Estructura Tipográfica.....	66
5.05.06.03 Estructura General del Logotipo .....	66
5.05.06.04 Colores Corporativos .....	67
5.05.07 Portada .....	68
5.05.07.01 Contraportada.....	69

5.05.08 Maquetación.....	70
5.05.09 Pre – Prensa.....	77
5.05.09 Prensa.....	78
5.05.11 Post prensa .....	78
5.06 Marketing y Difusión .....	78
5.06.01 Estrategia de Marketing .....	80
5.06.02. F.O.D.A.....	89
5.06.03. Segmentación de Mercado.....	89
5.06.04. Canales de marketing.....	90
5.06.05. Responsables de las tareas de marketing .....	91
5.06.06. Estrategias de Difusión .....	91
<b>CAPÍTULO VI.....</b>	<b>92</b>
<b>Aspectos Administrativos .....</b>	<b>92</b>
6.01. Recursos .....	92
6.01.01. Técnicos – Tecnológico .....	92
6.01.02. Humano .....	93
6.01.03. Económico .....	93
6.02. Presupuesto .....	94
6.02.01. Gastos Operativos .....	94
6.02.02 Aplicación del Proyecto .....	95
6.03. Cronograma.....	96
<b>CAPÍTULO VII.....</b>	<b>97</b>
<b>Conclusiones y Recomendaciones .....</b>	<b>97</b>
7.01. Conclusiones .....	97
7.02. Recomendaciones.....	98

<b>Bibliografía .....</b>	<b>99</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1: Análisis de las fuerzas T del Cantón Caluma, 2019.</i> .....	5
<i>Tabla 2: Análisis de involucrados del Cantón Caluma, 2019.</i> .....	7
<i>Tabla 3 Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos del Cantón Caluma, 2019.</i> 15	15
<i>Tabla 4 “Revisión de los Criterios para Indicadores” del Cantón Caluma, 2019. ..</i>	17
<i>Tabla 5: Medios de verificación del Cantón Caluma, 2019.</i> .....	22
<i>Tabla 6: Supuestos.</i> .....	24
<i>Tabla 7: Matriz de Marco Lógico</i> .....	27
<i>Tabla 8. Frecuencia de visitas a lugares turísticos.</i> .....	40
<i>Tabla 9: Tipo de compañía en un viaje turístico.</i> .....	41
<i>Tabla 10: Tipo de actividad a realizar.</i> .....	42
<i>Tabla 11: Grado de aceptación de información</i> .....	43
<i>Tabla 12: Medio de Información</i> .....	44
<i>Tabla 13: Medio de Distribución.</i> .....	45
<i>Tabla 14: Tipo de Información</i> .....	46
<i>Tabla 15: Nivel de conocimiento de lugares del Cantón Caluma</i> .....	47
<i>Tabla 16: Conocimiento sobre medios que promocionen al Cantón Caluma.</i> .....	48
<i>Tabla 17: Nivel de aceptación de la Revista</i> .....	49
<i>Tabla 18: Estilos</i> .....	60
<i>Tabla 19: Matriz F.O.D.A.</i> .....	89
<i>Tabla 20: Flow Chard.</i> .....	91
<i>Tabla 21: Gastos Operativos.</i> .....	94
<i>Tabla 22: Aplicación del Proyecto.</i> .....	95
<i>Tabla 23: Cronograma</i> .....	96

## ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1: Mapa de involucrados del Cantón Caluma, 2019.</i> .....	6
<i>Figura 2: Árbol de Problemas del Cantón Caluma, 2019.</i> .....	8
<i>Figura 3: Árbol de Objetivos del Cantón Caluma, 2019.</i> .....	9
<i>Figura 4: Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones del Cantón Caluma, 2019.</i> .....	10
<i>Figura 5: Localización del grupo objetivo.</i> .....	13
<i>Figura 6: Localización del Proyecto.</i> .....	13
<i>Figura 7: Diagrama de Estrategias del Cantón Caluma, 2019</i> .....	16
<i>Figura 8: Frecuencia de visitas a lugares turísticos.</i> .....	40
<i>Figura 9: Tipo de compañía en un viaje turístico.</i> .....	41
<i>Figura 10: Tipo de actividad a realizar.</i> .....	42
<i>Figura 11: Grado de aceptación de información</i> .....	43
<i>Figura 12: Medio de Información.</i> .....	44
<i>Figura 13: Medio de Distribución.</i> .....	45
<i>Figura 14: Tipo de Información</i> .....	46
<i>Figura 15: Nivel de conocimiento de lugares del Cantón Caluma.</i> .....	47
<i>Figura 16: Conocimiento sobre medios que promocionen al Cantón Caluma.</i> .....	48
<i>Figura 17: Nivel de aceptación de la Revista.</i> .....	49
<i>Figura 18: Mapa de Contenidos de la revista del Cantón Caluma.</i> .....	53
<i>Figura 19: Recopilación de imágenes del Cantón Caluma</i> .....	59
<i>Figura 20: Logotipo del Cantón Caluma.</i> .....	65
<i>Figura 21: Estructura del Isotipo.</i> .....	66
<i>Figura 22: Estructura Tipográfica.</i> .....	66
<i>Figura 23: Estructura general del logotipo.</i> .....	66

<i>Figura 24: Colores Corporativos.</i> .....	67
<i>Figura 25: Portada de la revista del Cantón Caluma, 2019.</i> .....	68
<i>Figura 26: Contraportada de la revista del Cantón Caluma, 2019</i> .....	69
<i>Figura 27: Pre-prensa.</i> .....	77
<i>Figura 28: Flyer.</i> .....	81
<i>Figura 29: Afiche.</i> .....	82
<i>Figura 30: Fan Page.</i> .....	83
<i>Figura 31: Postales de Caluma.</i> .....	84
<i>Figura 32: Postales de Caluma.</i> .....	84
<i>Figura 33: Publicidad de la Revista de Caluma, 2019.</i> .....	85
<i>Figura 34: Material Publicitario de Caluma, 2019.</i> .....	85

## RESUMEN EJECUTIVO

Caluma, al estar ubicada en al occidente de Guaranda y por su excelente clima cuenta con una gran biodiversidad y riqueza natural, mantiene un gran potencial de atractivos naturales el cual nos brinda encantadores paisajes, costumbres y tradiciones, en este Caluma podemos observar una baja afluencia de turistas debido al desconocimiento de los mismos y la falta de información.

El interés por dar a conocer los atractivos que brinda la naturaleza nos lleva a crear una revista informativa turística, la cual mostrara los principales atractivos que tiene el lugar, para incentivar el interés en el público objetivo. La revista se elaborará con fotografías y textos que muestren cada uno de los lugares, basándonos en un diseño único y novedoso, la implementación de la revista más que una herramienta para el turismo será también una guía, para el turista para que visite y se interese por la zona.

El propósito que tiene la revista informativa turística de Caluma es dar a conocer a los turistas de Quito sobre los atractivos turísticos que posee dicha zona, lo mismo que generara mayores ingresos económicos para la población. La riqueza turística existente en Caluma se ha ido deteriorando con el transcurso de tiempo debido a la falta de información y promoción de los atractivos naturales.

Razón por la cual la revista turística tiene como finalidad dar a conocer a los turistas de Quito a que se interesen por conocer este maravilloso cantón y todo el turismo que dicho lugar nos muestra y de esta manera rescatarlo y valorizarlo para que no sea un lugar olvidado.

## ABSTRACT

Caluma, to be located in the west of Guaranda and for its excellent climate has a great biodiversity and natural wealth, maintains a great potential of natural attractions which gives us charming landscapes, customs and traditions, in this Caluma we can observe a low affluence of tourists due to ignorance of them and the lack of information.

The interest in publicizing the attractions offered by nature leads us to create a tourist information magazine, which will show the main attractions of the place, to encourage interest in the target audience. The magazine will be elaborated with photographs and texts that show each of the places, based on a unique and novel design, the implementation of the magazine more than a tool for tourism will also be a guide, for the tourist to visit and be interested Around the area.

The purpose of the tourist informative magazine of Caluma is to inform the tourists of Quito about the tourist attractions that this area has, as well as generate greater economic income for the population. The existing tourist wealth in Caluma has deteriorated over time because of the lack of information and promotion of natural attractions.

Reason for which the tourist magazine has as purpose to make known to the tourists of Quito that they are interested to know this wonderful corner and all the tourism that this place shows us and in this way to rescue it and to value it so that it is not a forgotten place.

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como finalidad la “Creación de una revista informativa turística de los atractivos del cantón Caluma, ubicado en la provincia de Bolívar”, para la difusión y promoción a turistas de Quito.

En los últimos años, el turismo en el Ecuador ha experimentado una continua expansión y diversificación, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento. Además de aquellos destinos tradicionales, han surgido muchos nuevos destinos como es el caso del cantón Caluma, ubicado en la provincia de Bolívar.

El turismo en Caluma, ha mejorado las actividades turísticas, económicas y culturales, debido a esto existen grandes oportunidades en cuanto al turismo, lo que hace que esta zona sea reconocida a nivel nacional por sus atractivos turísticos. Sin embargo, es necesario resaltar que las vías de acceso y la información publicitaria no ha sido difundida adecuadamente, por ello se ha visto en la necesidad de diseñar una revista turística para que por medio de esta se brinde información a los turistas, ya que estos presentan un gran potencial principalmente en los feriados y época de vacaciones.

Tomando en cuenta que la revista, es una de las herramientas más eficaz para la promoción de un tema específico, ya que tiene un lenguaje informativo dinámico y visual que ayuda al lector a estar al tanto de toda la información expuesta en la misma. Por otro lado, la revista es un medio de comunicación que describe desde un atractivo turístico hasta prestadores de servicios, noticias o eventos.

Uno de los principales atractivos Caluma, es su naturaleza sin igual, su flora y su fauna que oferta al turista nacional y extranjero con diversas actividades tales como agroturismo, turismo comunitario, ecoturismo y turismo de aventura.

La revista turística ofrecerá información sobre todas las actividades y servicios que ofrece el cantón Caluma, ya que lo que se pretende es mostrar lo mejor del lugar con pormenores de servicios y costumbres, mapas con ubicación geográfica detallada del lugar. Estos serán algunos de los complementos con los que contará el lector para su entretenimiento y conocimiento y que tome la decisión de visitar este fantástico lugar, donde encontrará deliciosa gastronomía y variada diversión, todo esto en un solo lugar.

La presente investigación se encuentra estructura por siete capítulos, los cuales se detallan a continuación:

El capítulo I contiene Antecedentes, contexto, justificación y la definición del problema, que luego de haber ubicado el mismo en un contexto, se procede a buscar las posibles causas y consecuencias con miras a buscar una solución.

En el capítulo II se desarrolla el análisis de involucrados, el mapeo de los involucrados y la matriz de análisis de involucrados. Aquí se describen los principales involucrados que aportaran en el desarrollo del proyecto de la tesis, los cuales están distribuidos desde el que más aporta, hasta el que menos aporte tiene.

El capítulo III corresponde a los problemas y objetivos a aplicarse en el proyecto, detallando el problema central, las causas y los efectos que de los problemas en el tema de estudio.

El capítulo IV consta del Análisis de Alternativa y sus matrices, además se describe el tamaño del proyecto, la localización, entre otros aspectos

El capítulo V consta la Propuesta del proyecto de investigación el Marco Teórico y las herramientas metodológicas utilizadas. También se anota la formulación del proyecto.

El capítulo VI, consta los aspectos administrativos, los recursos humanos y económicos como el presupuesto utilizado en el desarrollo del proyecto finalmente se encuentra el cronograma de la investigación.

El capítulo VII, se encuentran las conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos.

## CAPÍTULO I

### 1. Antecedentes

#### 1.01. Contexto

Para la elaboración de revistas y periódicos hay que tener en claro algunos aspectos del diseño editorial, cabe mencionar que este ha ido evolucionando con el transcurso del tiempo, se puede notar cambios en la estructuración de la página, el uso del formato, uso de espacio etc. Es muy importante ya que en este radica el captar la atención del lector, la gran variedad de competencias es lo que ha llevado a que un lector escoja entre un diseño u otro. Debido a esto, el diseño editorial se ha convertido en un elemento diferenciador. (Ghinaglia, 2009, Pág 3.)

El diseñador debe lograr que el medio, ya sea un tipo de revista u otro soporte, tenga características propias en cuanto a su formato, composición, contenido e incluso jerarquía de cada uno de los elementos, para lograr que una publicación sea exitosa o no. Las revistas son publicación plasmada en papel de manera que estas son editadas cronológicamente (mensual o semanalmente), hoy en día son parte fundamental de los medios gráficos y a su vez tienen ingresos económicos por la venta de cada ejemplar.

En la actualidad, existen variedad de temas para la publicación de revistas que van dirigidas a diferentes públicos objetivos. La finalidad de una revista turística es difundir y fomentar el turismo mediante la publicación de los atractivos, para la valoración y conservación del mismo.

Ecuador país de Sudamérica, el cual cuenta con una inigualable riqueza natural, de igual manera a raíz de esto tiene gran variedad de atractivos los cuales son muy visitados por turistas nacionales y extranjeros.

En Ecuador se encuentra el cantón Caluma o también conocida como "Tierra de la Naranja" que se halla ubicado al occidente de Guaranda, provincia de Bolívar, goza de un excelente clima y con un entorno natural maravilloso para quienes aman la naturaleza y los deportes extremos, su vegetación es exuberante al igual que su fauna. Además cuenta con decenas de cascadas, ríos y cultivos de naranja que es considerada como una de las mejores del Ecuador por su delicioso y único sabor, cacao, mandarina, entre otras especies exóticas es un lugar poco conocido, habiendo sido en los valles que la circundan, la región donde se sembró por primera vez la caña de azúcar en el Ecuador. El río Caluma atraviesa esta privilegiada región que ostenta paisaje de exótica belleza. (ECURED, 2017, Pág. 1.)

La elaboración de una revista como medio de comunicación tiene como objetivo, innovar e incentivar cambios positivos, en Caluma, al ser informativa hará que este sea un lugar conocido y por tanto va a crecer económica como turísticamente teniendo como único propósito lograr la reiteración de su potencial natural y cultural inexplorado además de la recuperación de tradiciones existentes.

---

## 1.02. Justificación

La elaboración del presente proyecto constituye al ámbito del Diseño editorial, la revista turística es un medio de comunicación muy eficaz para promocionar un lugar como atractivo natural, además contribuye a la difusión amplia y concisa de la información que se dará a conocer, pero al mismo tiempo transmite un mensaje que es imprescindible para la conservación y valorización de los atractivos turísticos existentes en el cantón Caluma.

El cantón Caluma tiene como problemática la falta de información que existe sobre el lugar, otro aspecto importante es el desinterés por parte de las autoridades ya que no existe una propuesta grafica para impulsar el turismo ni tampoco disponen de material impreso para promocionar al cantón Caluma como atractivo, lo que conlleva a la baja afluencia de turistas en la zona.

El objetivo de la presente revista es cambiar la concepción del público objetivo mediante el diseño gráfico e incrementar la afluencia de turistas, mismo que puede ser uno de los ejes fundamentales para el desarrollo económico del cantón, cabe mencionar que la revista en la actualidad es el medio impreso que tienen mayor credibilidad que otras fuentes de información, porque describen los lugares utilizando un lenguaje constructivo, la diagramación, diseño e implementación de un lenguaje fotográfico se consideran de suma importancia para crear y comunicar con éxito un destino turístico.

Dicho esto, una de las principales soluciones es la creación de una revista informativa turística que incluya contenido visual especializado y represente la descripción formal de los atractivos turísticos que contribuyen a reforzar el potencial

---

competitivo y turístico del cantón Caluma buscando el máximo desarrollo dentro del sector turístico.

En la creación de la revista se toma en cuenta el lineamiento al Objetivo 3 del Plan Nacional de Desarrollo 2017–2021 “Todo una Vida”, el cual es “Garantizar los derechos de la naturaleza para las actuales y futuras generaciones”. (Senplades, 2017, Pag. 64.) Un aspecto importante es el contacto con la historia, el patrimonio, las identidades y la cultura, son un proceso efectivo que concibe al turismo, al realizar esta revista el principal interés es brindar información para que se pueda valorar, conservar y manejar sustentablemente el patrimonio natural y la biodiversidad existente en el cantón Caluma, la cual es considerada como un factor clave en el desarrollo económico de la misma, mostrando los atractivos naturales a los turistas.

En efecto la elaboración de la revista se manejará con un diseño novedoso que cause la curiosidad en el turista, incluyendo mapas, plegables, información actualizada, postales de lugares turísticos (fauna, flora, tradiciones, etc.) y la implementación de código QR que al escanear con el celular direccionará al turista a un Fan Page (página de Facebook) que constará de información promocional sobre los atractivos turísticos del Cantón Caluma. A la vez se usará una cromática que haga sobresalir al lugar como su nombre propio lo dice “Tierra de la Naranja”.

### 1.03. Definición del Problema Central (Matriz T)

Como se puede evidenciar en la *tabla 1* del análisis de las fuerzas T el impacto es menor al potencial de cambio, una vez realizado el proyecto se notará en la realidad.

*Tabla 1: Análisis de las fuerzas T del Cantón Caluma, 2019.*

Análisis de las Fuerzas T					
Situación empeorada	Situación actual				Situación mejorada
Desconocimiento de los atractivos turísticos del cantón Caluma	Insuficiente información a los turistas sobre los atractivos que posee el cantón Caluma				Incrementar la información turística sobre los atractivos para la conservación y valorización del cantón Caluma
Fuerza impulsadora	I	PC	I	PC	Fuerza bloqueadora
Apoyo por parte de las autoridades en conservar, promocionar y valorizar la zona	4	5	5	3	Desinterés por parte de las autoridades para intensificar el turismo.
Interés por parte de las comunidades y comerciantes en recibir más visitantes.	4	5	5	4	Desinterés por parte de las comunidades y comerciantes en recibir turistas.
Alto nivel de tradiciones que se pueden transmitir y valorizar	3	4	4	3	Reducido número de habitantes están comprometido a transmitir sus tradiciones.
Habitantes dispuestos a conservar los atractivos.	4	4	4	3	Mínimo número de habitantes están dispuestos a conservar los atractivos.
Información en medios impresos para conservar los atractivos turísticos.	5	4	3	4	Inadecuada información desvaloriza los atractivos turísticos.
Realización de estrategias promocionales y publicitarias.	3	4	4	3	Carencias de estrategias promocionales y publicitarias

**Nota:** En la tabla que antecede encontramos las siguientes nomenclaturas: I = Impacto y PC = Potencial de cambio. Que nos muestra el impacto actual y a donde va a cambiar una vez que hayamos ejecutado el proyecto.

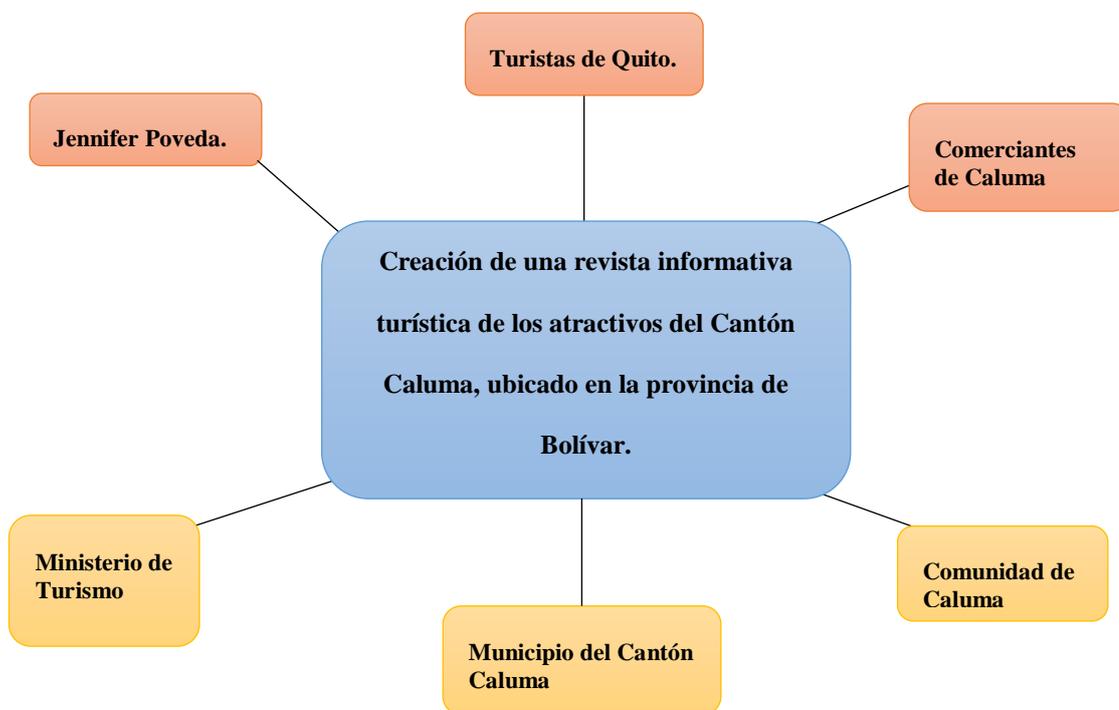
*Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.*

## CAPÍTULO II

### 2. Análisis de Involucrados

#### 2.01. Mapeo de los Involucrados

En el mapa adjunto se encontrará los principales involucrados que aportaran en el desarrollo del proyecto de la tesis, los cuales están distribuidos desde el que más aporta, hasta el que menos aporte tiene. Tomando como el principal al público objetivo que son los turistas radicados en la ciudad de Quito, personas a quien se les ha considerado un factor fundamental en el desarrollo de la presente investigación, de ahí el resto de involucrados se continua en sentido horario.



*Figura 1: Mapa de involucrados del Cantón Caluma, 2019.*

*Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.*

## 2.02. Matriz de Análisis de Involucración

Tabla 2: Análisis de involucrados del Cantón Caluma, 2019.

Actores involucrados	Interés sobre el problema	Problemas percibidos	Recursos mandatos y capacidades	Interés sobre el proyecto	Conflicto potencial
<b>Turistas de Quito</b>	Obtener información adecuada sobre los atractivos turísticos existentes en Caluma.	Mala estructuración sobre el manejo de información de las zonas turísticas.	<b>Recursos</b> - Humanos <b>Capacidades</b> - Afectivas	Recibir la información adecuada acerca del sector.	No aceptan el material gráfico.
<b>Comerciantes</b>	Elevar la afluencia turística.	Escasa difusión en el lugar.	<b>Recursos</b> - Humanos <b>Capacidades</b> - Cognitivas <b>Mandatos</b> - Ley 97 de Turismo, Cap. I Art. 3, Literal“b”	Utilizar la revista como material para difundir el turismo.	Rechazo por partes de los turistas.
<b>Comunidad</b>	Dar a conocer las zonas turísticas y mejorar la economía del cantón Caluma.	Presupuesto limitado para promocionar el potencial turístico.	<b>Recursos</b> - Humanos <b>Capacidades</b> - Afectivas - Inserción Social - R. Interpersonal	Generar ingresos económicos por medio de la afluencia turística.	Desinterés por parte de la ciudadanía.
<b>Municipio del Cantón Caluma.</b>	Obtener información para promocionar al cantón como atractivo.	Bajo índice de turistas en el cantón Caluma.	<b>Recursos</b> - Humanos <b>Capacidades</b> - Afectivas	Incremento de turistas en el cantón Caluma.	Rechazo de los habitantes de la zona.
<b>Ministerio de Turismo.</b>	Facilitar nuevos destinos turísticos.	Pérdida de identidad cultural.	<b>Mandatos</b> - Ley 97 de Turismo, Cap. I Art. 3, Literal“d”	Utilizar la guía como herramienta informativa.	Desinterés por parte de los turistas para conocer nuevas rutas.
<b>Jennifer Poveda</b>	Generar información adecuada a través de piezas graficas	Uso inadecuado del piezas gráficas para la difusión del turismo.	<b>Recursos</b> - Materiales - Técnicos - Humanos - Financieros <b>Capacidades</b> - Cognitivas - Psicomotrices - R. Interpersonal	Diseñar una revista con piezas gráficas para informar sobre los atractivos turísticos de Caluma.	Falta de tiempo para la ejecución del proyecto.

Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.

## CAPÍTULO III

### 3. Problemas y Objetivos

#### 3.01. Árbol de Problemas

El “Árbol de Problemas” sintetiza de manera organizada el problema central, cuáles son sus causas y los efectos, muestra los principales aspectos a tener en cuenta al momento de realizar las estrategias para resolver la problemática en el desarrollo del proyecto.

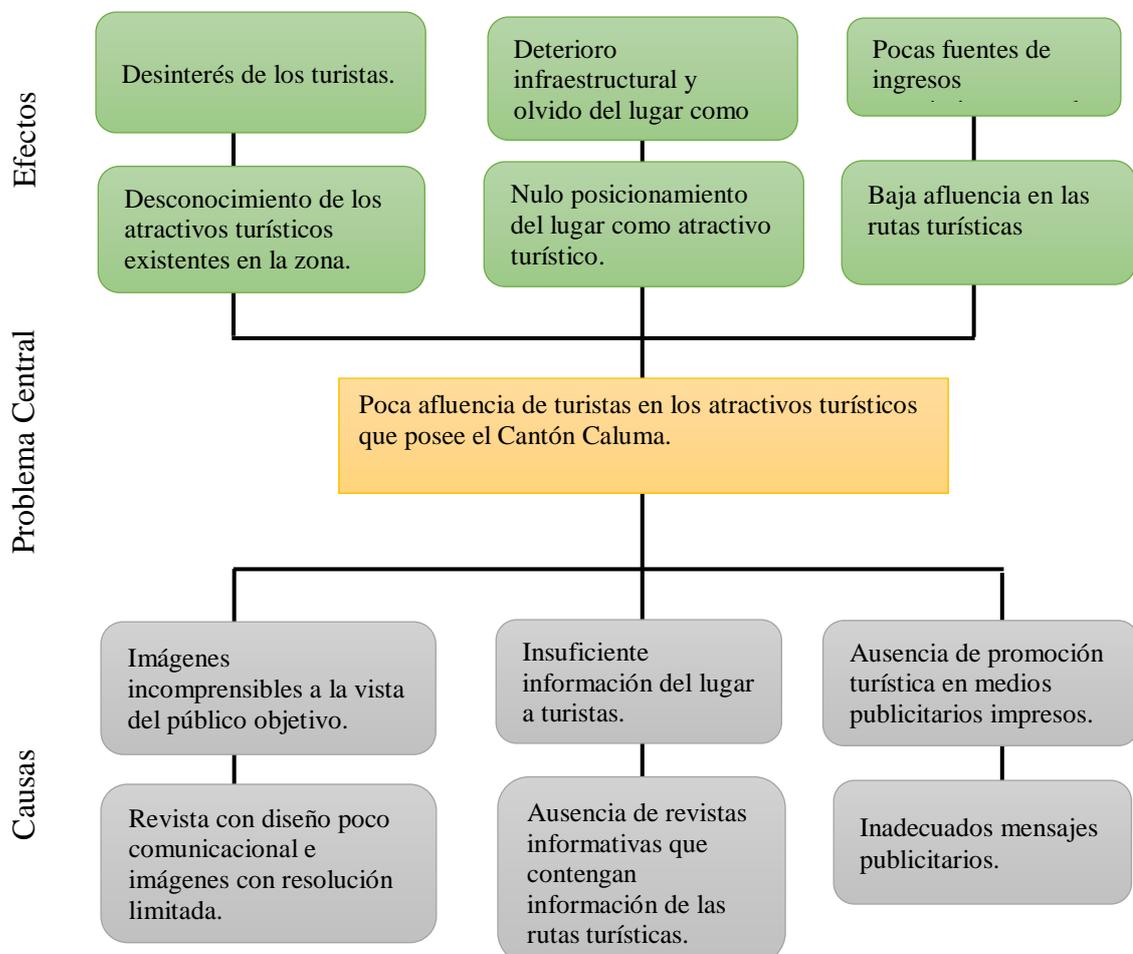


Figura 2: Árbol de Problemas del Cantón Caluma, 2019.

Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.

### 3.02. Árbol de Objetivos

En el “Árbol de Objetivos” se puede divisar cual es el propósito de este proyecto de investigación, y los medios a utilizar que es la elaboración de una revista turística como medio de información para los turistas, el cual se verá reflejado como finalidad en el incremento económico y turístico de la zona.

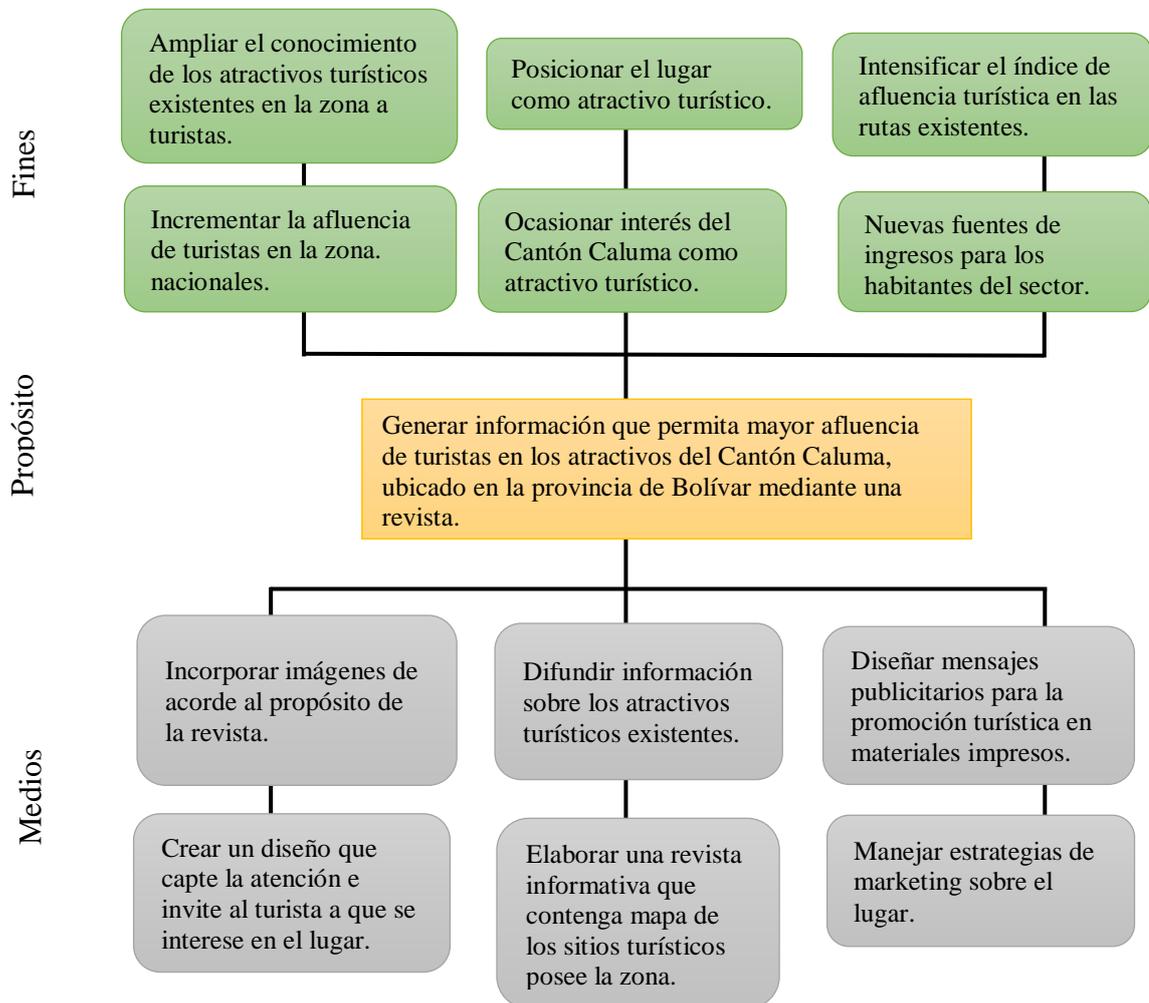


Figura 3: Árbol de Objetivos del Cantón Caluma, 2019.

Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.

## CAPÍTULO IV

### 4. Análisis de Alternativas

#### 4.01. Matriz de Análisis de Alternativas e Identificación de Acciones

En la Figura 4, “Matriz de Análisis de Alternativas e Identificación de Acciones”, se puede evidenciar cada paso a tener en cuenta tanto para la elaboración de la revista informativa turística, como para la difusión de los atractivos naturales a turistas radicados en la ciudad de Quito.

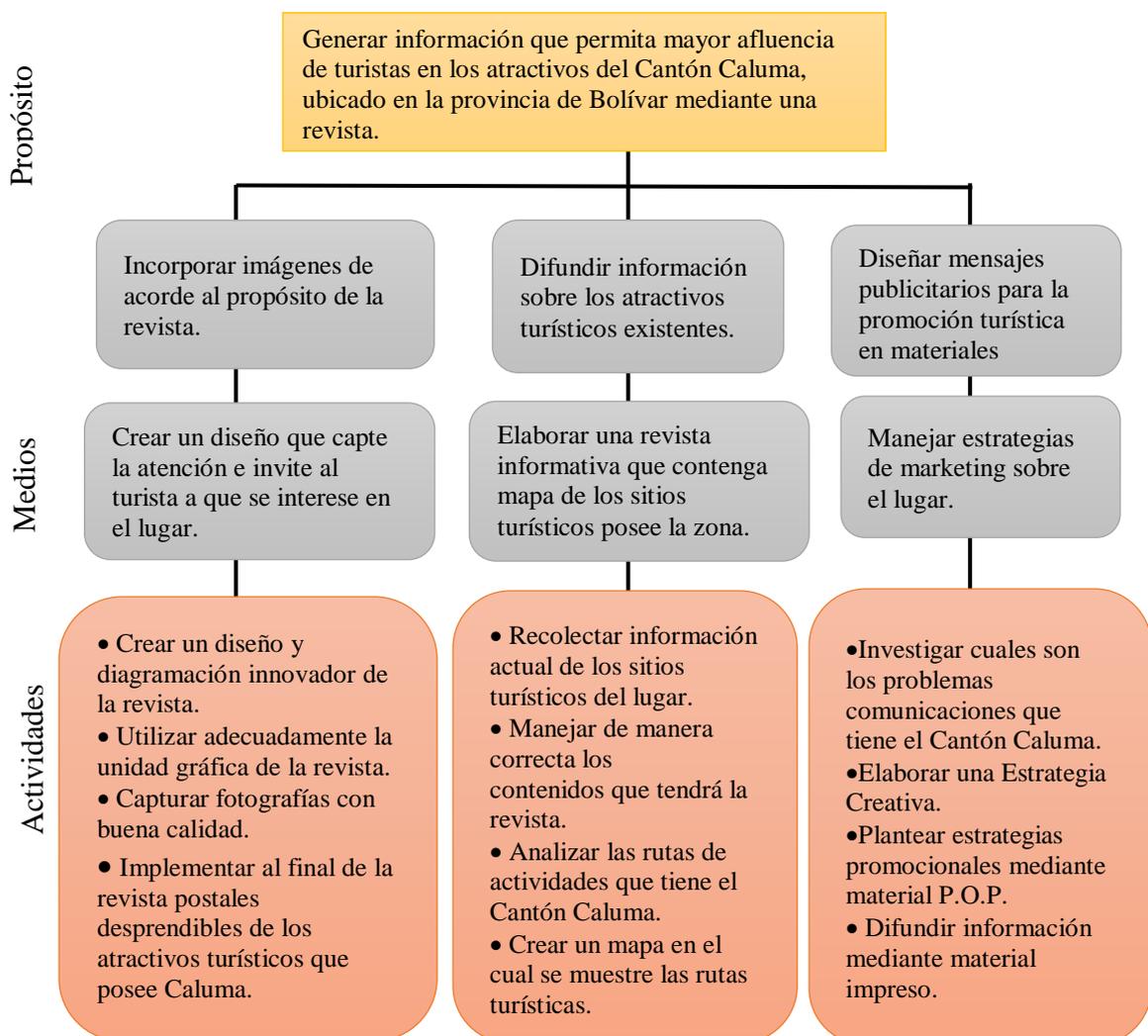


Figura 4: Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones del Cantón Caluma, 2019.

Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.

---

#### **4.01.01. Tamaño del Proyecto**

El presente proyecto está dirigido a turistas ubicados en Quito, para que mediante esta publicación puedan obtener información eficaz y puedan auto guiarse en la visita a cada una de las rutas turísticas que posee el Cantón Caluma, ubicado en la provincia de Bolívar.

Cabe mencionar que la ciudad con más afluencia turística es Quito la capital del Ecuador, por tal motivo la difusión se llevará a cabo, en 4 agencias de viaje más sobresalientes de la ciudad, colocando las revistas, en puntos estratégicos. Según la fuente (INEC, 2010) Quito cuenta con una población de aproximadamente 2'239.191, convirtiéndose de este modo en la provincia con más habitantes y siendo la Capital.

Grupo Objetivo: Turistas Quito.

Edad: 18 – 40 años

Sexo: Masculino / Femenino

Situación Económica: Media - Alta

Situación geográfica: Quito

### Tamaño de la muestra.

<b>Tamaño del universo</b> Número de personas que componen la población a estudiar.	144834
<b>Heterogeneidad %</b> Es la diversidad del universo. Lo habitual es usar 50%, el peor caso.	50
<b>Margen de error %</b> Menor margen de error requiere mayor muestra.	5
<b>Nivel de confianza %</b> Mayor nivel de confianza requiere mayor muestra. Lo habitual es entre 95% y 99%	95
<b>Muestra</b> Personas a encuestar	385

*Figura 5: Tamaño de Muestra.*

*Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.*

#### 4.01.02. Localización del Proyecto

Este proyecto se llevará a cabo en el Cantón Caluma, provincia, ubicado a 62 km al sur occidente de Guaranda, capital de la provincia de Bolívar. Según (GAD Municipal de Caluma, 2011), Caluma o también conocida como "Capital Citrícola del Ecuador", se encuentra situado en la parte meridional y al occidente de la Provincia Bolívar, al terminar las estribaciones del ramal de la Hoya del Río Chimbo, el mismo como un desprendimiento de la Cordillera Occidental de los Andes, así mientras se adentra en las costas, su terreno se vuelve más regular y su clima subtropical va formándose más caluroso, hasta unirse a territorios de la hermana Provincia de los Ríos. (s.p.).

Esta ciudad está llena de biodiversidad, y atractivos naturales, los mismos que tienen características especiales que permiten a los turistas conocer su historia y tradiciones, Caluma es denominada por muchos "un paraíso del sub trópico", posee un clima promedio de 20° a 28° grados centígrados, que es subtropical y templado

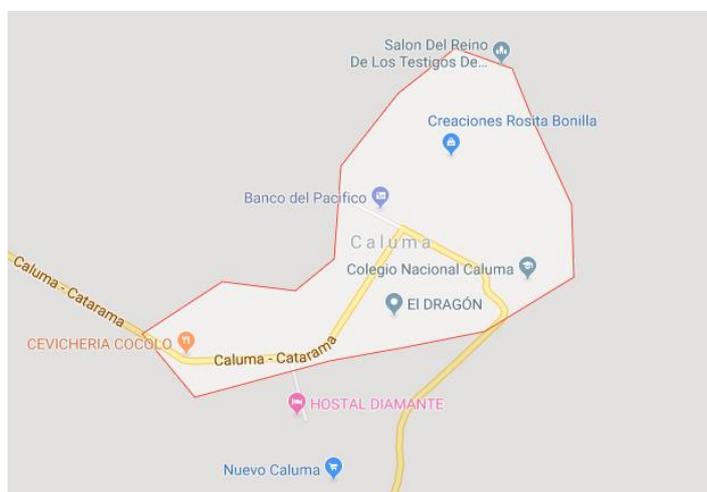
por la cercanía que tiene con la provincia de Los Ríos. Sus límites son, por el norte Cantón Echeandía, al sur el Cantón Chimbo, al este con Guaranda, al oeste con el Cantón Urdaneta. (EcuRed, 2014, Pág 2).

El grupo objetivo al que está encaminado este proyecto es a turistas de Quito que por ser un lugar con extensa población se podrá intensificar el índice de afluencia turística que generará más plazas de empleo, así como ingresos para el cantón y la conservación y valorización del Cantón Caluma y los atractivos que posee.



*Figura 5: Localización del grupo objetivo.*

*Fuente: (GoogleMaps, 2015)*



*Figura 6: Localización del Proyecto.*

*Fuente: (GoogleMaps, 2015)*

---

#### **4.01.03. Análisis Ambiental**

El análisis ambiental sirve de gran ayuda para concientizar sobre el cuidado de la naturaleza, sin duda es un factor de suma importancia, sirve para identificar, interpretar y prevenir los impactos ambientales que producirá la realización del proyecto, ayuda a tomar medidas que minimicen, eliminen o compensen los impactos adversos.

#### **4.01.04. Impacto Positivo**

La revista tiene un gran impacto positivo debido a que gracias a esta herramienta muchas personas tienen la oportunidad de conocer los recursos naturales existentes en el país, los cuales por falta de difusión se mantienen en el anonimato. La impresión de la revista será en Offset, es una muy buena alternativa para impresión de bajo volumen y por supuesto minimiza el impacto ambiental debido a que no usa placas metálicas, en las páginas como son postales y mapas se utilizará papel ecológico, también se pretende utilizar papel couché para garantizar la calidad de la revista. Con los restos de corte de papeles se darán otros usos como el reciclaje para no dañar al medio ambiente.

#### **4.01.05 Impacto Negativo.**

Tomando en cuenta que la revista será impresa en papel ya sea couché, fotográfico de tipo brillante, mate o de otra clase, este es materia prima extraída de árboles, los mismos que son llevados a la deforestación, dañando la vida del ecosistema, por ende la degradación del planeta, hay que tomar en cuenta que actualmente el mercado ha venido elaborando diversas y novedosas alternativas con

menos daño ecológico como es el caso del papel de la caña, el cual por ser tendencia mantiene un valor más alto a los demás.

#### 4.02. Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos

Como se puede ver la Tabla 3 “Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos” se analizará la importancia que tiene cada uno de los objetivos planteados anteriormente, de igual manera se mide cuanto ayuda este para alcanzar el propósito del proyecto, que una vez analizado tiene un nivel alto.

*Tabla 3 Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos del Cantón Caluma, 2019.*

Objetivos	Impacto sobre el propósito	Fact. Técnica	Fact. Financiera	Fact. Social	Fact. Política	Total.	Cat.
Incorporar imágenes de acorde al propósito de la revista.	5	4	3	5	4	21	Alta
Difundir información sobre los atractivos turísticos existentes.	5	4	4	4	4	21	Alta
Diseñar mensajes publicitarios para la promoción turística en materiales impresos.	5	5	4	5	3	22	Alta
Crear un diseño que capte la atención e invite al turista a que se interese en el lugar.	5	5	4	5	4	23	Alta
Elaborar una revista informativa que contenga mapa de los sitios turísticos posee la zona.	5	5	3	5	4	22	Alta
Manejar estrategias de marketing sobre el lugar.	5	5	5	4	4	23	Alta

**Nota:** Se ha utilizado la siguiente nomenclatura para la tabla fact = factibilidad, t= total y cat para categoría y las ponderaciones son: 21 – 25 = alta 16 – 20 = media 15- 0 = baja.

*Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.*

#### 4.03. Diagrama de Estrategias

El objetivo de este es organizar tanto los fines, el propósito, los componentes y las acciones por niveles, dándole un orden lógico el cual está conformando por 4 niveles, que se puede evidenciar en el cuadro adjunto.

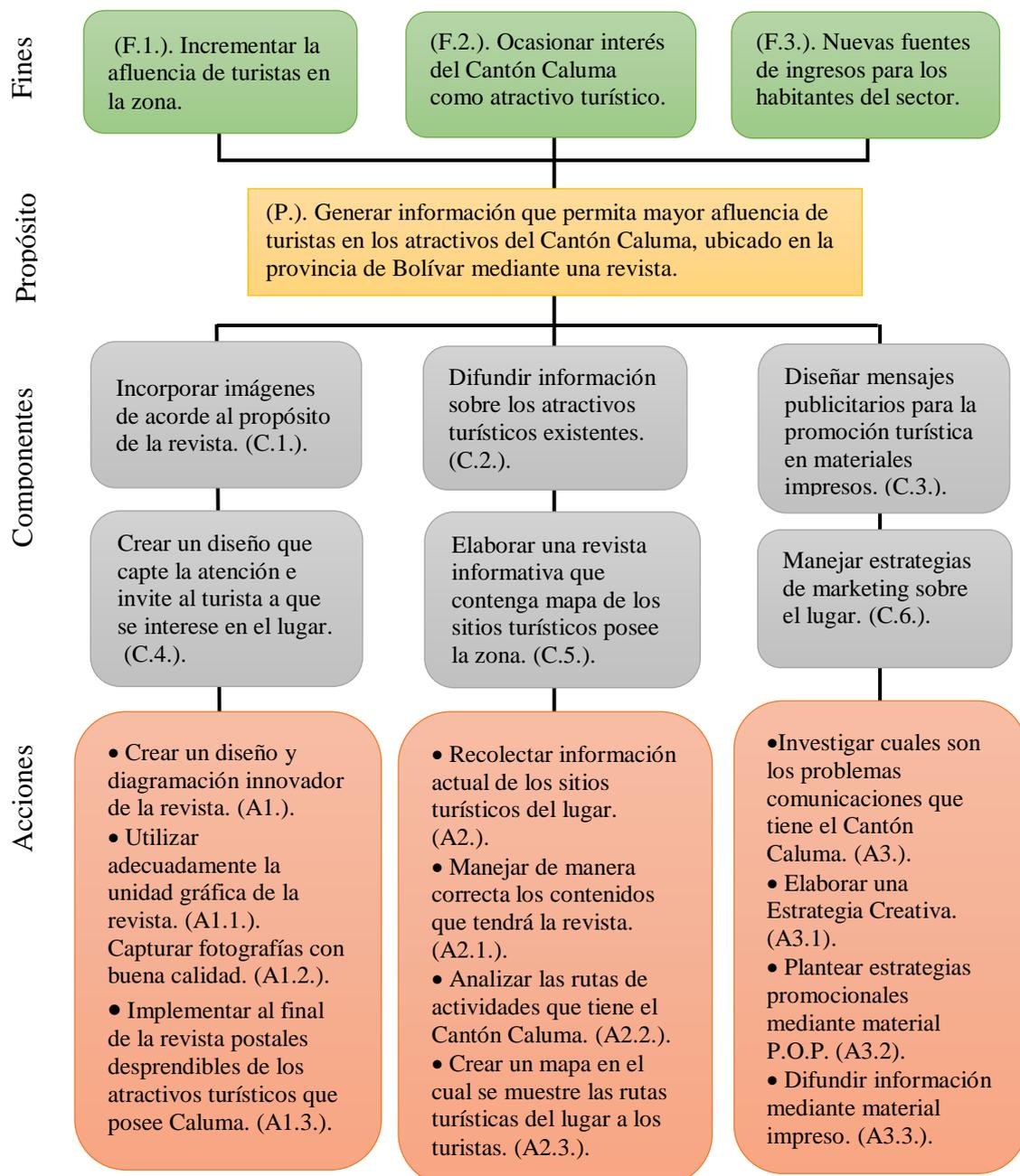


Figura 7: Diagrama de Estrategias del Cantón Caluma, 2019

Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.

#### 4.04. Construcción de la Matriz de Marco Lógico

Como se puede notar la elaboración del Marco lógico se realiza con resultados obtenidos en las tablas anteriores y mediante esta construir la matriz lógica del proyecto mencionado.

##### 4.04.01. Revisión de los Criterios para Indicadores

No es más que las características del resumen narrativo convertidas en preguntas ya sea para entrevistas, encuestas, documentación o guía de observación. Por cuanto estos, deben ser claros, específicos y a la vez medibles.

Tabla 4 “Revisión de los Criterios para Indicadores” del Cantón Caluma, 2019.

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	META				
			Cantidad.	Calidad.	Tiempo	Lugar	Grupo Social
Fines	Incrementar la afluencia de turistas en la zona. (F.1.).	Amplio conocimiento en la mente de los turistas sobre los atractivos turísticos de la zona en un 95%.	365	Excelente	6 Meses	Quito	Turistas de Quito de 18 a 40 años de clase Media - Alta
	Ocasionar interés del Cantón Caluma como atractivo turístico. (F.2.).	Interés de los turistas hacia el Cantón Caluma como atractivo turístico en un 90%.	346	Excelente	6 Meses	Quito	Turistas de Quito de 18 a 40 años de clase Media - Alta
	Nuevas fuentes de ingresos para los habitantes del sector. (F.3.).	Fuentes de ingresos para los habitantes del Cantón Caluma en un 90%.	346	Excelente	6 Meses	Caluma	Turistas de Quito de 18 a 40 años de clase Media - Alta
Propósito	Generar información que permita mayor afluencia de turistas en los atractivos del Cantón Caluma, ubicado en la provincia de Bolívar mediante una revista. (P.).	Aceptación de la revista turística como medio informativo (98%)	377	Excelente	6 Meses	Quito	Turistas de Quito de 18 a 40 años de clase Media - Alta
Componentes	Incorporar imágenes de acorde al propósito de la revista. (C1.).	Lograr mayor atracción visual de los turistas mediante la captura de fotografías atractivas. (70%)	269	Buena	6 Meses	Quito	Turistas de Quito de 18 a 40 años de clase Media - Alta

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	META				
			Cantidad.	Calidad.	Tiempo	Lugar	Grupo Social
Componentes	Difundir información sobre los atractivos turísticos existentes. (C2.).	Usar a la revista como fuente de información para difundir los atractivos a los turistas. (90%)	346	Excelente	6 Meses	Quito	Turistas de Quito de 18 a 40 años de clase Media - Alta
	Diseñar mensajes publicitarios para la promoción turística en materiales impresos. (C3.).	Elaborar piezas graficas con mensajes adecuados y captar la atención de los turistas. (95%)	365	Excelente	6 Meses	Quito	Turistas de Quito de 18 a 40 años de clase Media - Alta
	Crear un diseño que capte la atención e invite al turista a que se interese en el lugar. (C.4.).	Lograr acogida por parte de los turistas mediante el diseño y diagramación de la revista. (90%)	346	Excelente	6 Meses	Quito	Turistas de Quito de 18 a 40 años de clase Media - Alta
	Elaborar una revista informativa que contenga mapa de los sitios turísticos posee la zona. (C.5.).	Aceptación del mapa anexo a la revista turística (100%)	385	Excelente	6 Meses	Quito	Turistas de Quito de 18 a 40 años de clase Media - Alta
	Manejar estrategias de marketing sobre el lugar. (C.6.).	Generar aceptación por parte de los turistas mediante afiches que promocionen el lugar. (80%)	308	Excelente	6 Meses	Quito	Turistas de Quito de 18 a 40 años de clase Media - Alta
	Actividades	Crear un diseño y diagramación innovador de la revista. (A1.).	Elaborar una revista que impacte visualmente al turista e incluir código QR para que el turista encuentre más información del lugar. (98%)	377	Excelente	3 Meses	Quito
Utilizar adecuadamente la unidad gráfica de la revista. (A1.1.).		Incrementar el interés mediante unidad grafica que esté acorde al público al que va dirigido la revista. (90%)	346	Excelente	3 Meses	Quito	Turistas de Quito de 18 a 40 años de clase Media - Alta
Capturar fotografías con buena calidad. (A1.2.).		Elaborar un correcto banco de imágenes del lugar usando técnicas fotográficas. (90%)	346	Excelente	6 Meses	Caluma	Turistas de Quito de 18 a 40 años de clase Media - Alta
Implementar al final de la revista postales desprendibles de los atractivos turísticos que posee Caluma. (A1.3.).		Genera interés por ver todo lo que Caluma puede ofrecer al turista. (93%)	358	Excelente	3 Meses	Quito	Turistas de Quito de 18 a 40 años de clase Media - Alta
Recolectar información actual de los sitios turísticos del lugar. (A2.).		Se posiciona al Cantón Caluma como atractivo turístico (95%)	365	Excelente	4 Meses	Caluma	Turistas de Quito de 18 a 40 años de clase Media - Alta
Manejar de manera correcta los contenidos que tendrá la revista. (A2.1.).		Manejar información concisa para elevar la afluencia de turistas en el lugar. (90%)	346	Excelente	4 Meses	Quito	Turistas de Quito de 18 a 40 años de clase Media - Alta

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	META				
			Cantidad.	Calidad.	Tiempo	Lugar	Grupo Social
Actividades	Analizar las rutas de actividades que tiene el Cantón Caluma. (A2.2.).	Idea clara para los turistas de cómo llegar a cada ruta. (90%)	346	Excelente	4 Meses	Caluma	Turistas de Quito de 18 a 40 años de clase Media - Alta
	Crear un mapa en el cual se muestre las rutas turísticas del lugar a los turistas. (A2.3.).	Generar conocimiento al turista a través de un mapa (97%)	373	Excelente	4 Meses	Quito	Turistas de Quito de 18 a 40 años de clase Media - Alta
	Investigar cuales son los problemas de comunicaciones que tiene el Cantón Caluma. (A3.).	Verificar porque el Cantón Caluma no es reconocido como atractivo turístico. (71%)	273	Bueno	5 Meses	Caluma	Turistas de Quito de 18 a 40 años de clase Media - Alta
	Elaborar una Estrategia Creativa. (A3.1).	Aceptación público objetivo al que está dirigido el material impreso. (95%)	365	Excelente	6 Meses	Quito	Turistas de Quito de 18 a 40 años de clase Media - Alta
	Plantear estrategias promocionales mediante material P.O.P. (A3.2).	Elaborar material promocional para posicionar el lugar en la mente del público objetivo. (79%)	304	Excelente	6 Meses	Quito	Turistas de Quito de 18 a 40 años de clase Media - Alta
	Difundir información mediante material impreso. (A3.3.).	Seleccionar canales para la distribución de Flyer, afiches y roll up que promocionen la revista turística. (98%)	377	Excelente	6 Meses	Quito	Turistas de Quito de 18 a 40 años de clase Media - Alta

*Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.*

#### 4.04.02. Selección de Indicadores

En la presente Tabla de la selección de los indicadores, se puede evidenciar una previa evaluación para saber cómo marcha el proyecto ya que este valor en la tabla es alto y mediante ello se ve como tomar las acciones necesarias para el logro cada uno de los objetivos propuestos.

Tabla 6: “Selección de indicadores” del Cantón Caluma, 2019.

Nivel	Resumen Narrativo	Indicadores	Clasificadores de Indicadores					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
Finalidades	Incrementar la afluencia de turistas en la zona. (F.1.).	Amplio conocimiento en la mente de los turistas sobre los atractivos turísticos de la zona en un 95%.	X	X		X	X	4	Alto
	Ocasionar interés del Cantón Caluma como atractivo turístico. (F.2.).	Interés de los turistas hacia el Cantón Caluma como atractivo turístico en un 90%.		X	X	X	X	4	Alto
	Nuevas fuentes de ingresos para los habitantes del sector. (F.3.).	Fuentes de ingresos para los habitantes del Cantón Caluma en un 90%.		X	X	X	X	4	Alto
Propósito	Generar información que permita mayor afluencia de turistas en los atractivos del Cantón Caluma, ubicado en la provincia de Bolívar mediante una revista. (P.).	Aceptación de la revista turística como medio informativo (98%)	X	X	X	X	X	5	Alto
Componentes	Incorporar imágenes de acorde al propósito de la revista. (C1.).	Lograr mayor atracción visual de los turistas mediante la captura de fotografías atractivas. (70%)	X	X		X	X	4	Alto
	Difundir información sobre los atractivos turísticos existentes. (C2.).	Usar a la revista como fuente de información para difundir los atractivos a los turistas. (90%)	X	X	X	X	X	5	Alto
	Diseñar mensajes publicitarios para la promoción turística en materiales impresos. (C3.).	Elaborar piezas graficas con mensajes adecuados y captar la atención de los turistas. (95%)	X	X	X	X	X	5	Alto
	Crear un diseño que capte la atención e invite al turista a que se interese en el lugar. (C.4.).	Lograr acogida por parte de los turistas mediante el diseño y diagramación de la revista. (90%)	X	X	X	X	X	5	Alto
	Elaborar una revista informativa que contenga mapa de los sitios turísticos posee la zona. (C.5.).	Aceptación del mapa anexo a la revista turística (100%)	X	X	X	X	X	5	Alto
	Manejar estrategias de marketing sobre el lugar. (C.6.).	Generar aceptación por parte de los turistas mediante afiches que promocionen el lugar. (80%)	X	X		X	X	4	Alto
Actividades	Crear un diseño y diagramación innovador de la revista. (A1.).	Elaborar una revista que impacte visualmente al turista e incluir código QR para que el turista encuentre más información del lugar. (98%)	X	X	X	X	X	5	Alto
	Utilizar adecuadamente la unidad gráfica de la revista. (A1.1.).	Incrementar el interés mediante unidad grafica que esté acorde al público al que va dirigido la revista. (90%)		X	X	X	X	4	Alto

Nivel	Resumen Narrativo	Indicadores	Clasificadores de Indicadores					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
Actividades	Capturar fotografías con buena calidad. (A1.2.).	Elaborar un correcto banco de imágenes del lugar usando técnicas fotográficas. (90%)	X	X	X	X	X	5	Alto
	Implementar al final de la revista postales desprendibles de los atractivos turísticos que posee Caluma. (A1.3.).	Genera interés por ver todo lo que Caluma puede ofrecer al turista. (93%)	X	X		X	X	4	Alto
	Recolectar información actual de los sitios turísticos del lugar. (A2.).	Se posiciona al Cantón Caluma como atractivo turístico (95%)	X	X	X	X	X	5	Alto
	Manejar de manera correcta los contenidos que tendrá la revista. (A2.1.).	Manejar información concisa para elevar la afluencia de turistas en el lugar. (90%)	X		X	X	X	4	Alto
	Analizar las rutas de actividades que tiene el Cantón Caluma. (A2.2.).	Idea clara para los turistas de cómo llegar a cada ruta. (90%)	X		X	X	X	4	Alto
	Crear un mapa en el cual se muestre las rutas turísticas del lugar a los turistas. (A2.3.).	Generar conocimiento al turista a través de un mapa (97%)	X	X	X	X	X	5	Alto
	Investigar cuales son los problemas comunicaciones que tiene el Cantón Caluma. (A3.).	Verificar porque el Cantón Caluma no es reconocido como atractivo turístico. (71%)		X	X	X	X	4	Alto
	Elaborar una Estrategia Creativa. (A3.1).	Aceptación público objetivo al que está dirigido el material impreso. (95%)	X	X	X	X	X	5	Alto
	Elaborar una Estrategia Creativa. (A3.).	Aceptación público objetivo al que está dirigido el material impreso. (95%)	X		X	X	X	4	Alto
	Plantear estrategias promocionales mediante material P.O.P. (A3.2).	Elaborar material promocional para posicionar el lugar en la mente del público objetivo. (79%)	X		X	X	X	4	Alto
Difundir información mediante material impreso. (A3.3.).	Seleccionar canales para la distribución de Flyer, afiches y roll up que promocionen la revista turística. (98%)		X	X	X	X	4	Alto	

*Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.*

#### 4.04.03. Medios de Verificación

En los *medios de verificación* se evalúa de alguna forma a los indicadores, lo que lleva hacer la supervisión sistemática de cada finalidad, propósito, componentes y actividades con la finalidad de hacer una evaluación del proyecto, incluyendo que método se usara para la misma.

*Tabla 5: Medios de verificación del Cantón Caluma, 2019.*

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
Fines	Incrementar la afluencia de turistas en la zona. (F.1.).	Amplio conocimiento en la mente de los turistas sobre los atractivos turísticos de la zona en un 95%.	Primaria	Encuesta	Análisis estadístico	12 Meses	Jennifer Poveda
	Ocasionar interés del Cantón Caluma como atractivo turístico. (F.2.).	Interés de los turistas hacia el Cantón Caluma como atractivo turístico en un 90%.	Primaria	Guía de observación	Simple Verificación	12 Meses	Jennifer Poveda
	Nuevas fuentes de ingresos para los habitantes del sector. (F.3.).	Fuentes de ingresos para los habitantes del Cantón Caluma en un 90%.	Primaria	Guía de observación	Simple Verificación	12 Meses	Jennifer Poveda
Propósito	Generar información que permita mayor afluencia de turistas en los atractivos del Cantón Caluma, ubicado en la provincia de Bolívar mediante una revista. (P.).	Aceptación de la revista turística como medio informativo (98%)	Primaria	Encuesta	Análisis estadístico	12 Meses	Jennifer Poveda
Componentes	Incorporar imágenes de acorde al propósito de la revista. (C1.).	Lograr mayor atracción visual de los turistas mediante la captura de fotografías atractivas. (70%)	Primaria	Guía de observación	Simple Verificación	12 Meses	Jennifer Poveda
	Difundir información sobre los atractivos turísticos existentes. (C2.).	Usar a la revista como fuente de información para difundir los atractivos a los turistas. (90%)	Primaria	Guía de observación	Simple Verificación	6 Meses	Jennifer Poveda
	Diseñar mensajes publicitarios para la promoción turística en materiales impresos. (C3.).	Elaborar piezas graficas con mensajes adecuados y captar la atención de los turistas. (95%)	Primaria	Guía de observación	Simple Verificación	6 Meses	Jennifer Poveda
	Crear un diseño que capte la atención e invite al turista a que se interese en el lugar. (C4.).	Lograr acogida por parte de los turistas mediante el diseño y diagramación de la revista. (90%)	Primaria	Guía de observación	Simple Verificación	12 Meses	Jennifer Poveda

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
Componentes	Elaborar una revista informativa que contenga mapa de los sitios turísticos posee la zona. (C.5.).	Aceptación del mapa anexo a la revista turística (100%)	Primaria	Encuesta	Análisis estadístico	12 Meses	Jennifer Poveda
	Manejar estrategias de marketing sobre el lugar. (C.6.).	Generar aceptación por parte de los turistas mediante afiches que promocionen el lugar. (80%)	Primaria	Guía de observación	Simple Verificación	6 Meses	Jennifer Poveda
Actividades	Crear un diseño y diagramación innovador de la revista. (A1.).	Elaborar una revista que impacte visualmente al turista e incluir código QR para que el turista encuentre más información del lugar. (98%)	Primaria	Guía de observación	Simple Verificación	12 Meses	Jennifer Poveda
	Utilizar adecuadamente la unidad gráfica de la revista. (A1.1.).	Incrementar el interés mediante unidad grafica que esté acorde al público al que va dirigido la revista. (90%)	Primaria	Encuesta	Análisis estadístico	12 Meses	Jennifer Poveda
	Capturar fotografías con buena calidad. (A1.2.).	Elaborar un correcto banco de imágenes del lugar usando técnicas fotográficas. (90%)	Primaria	Guía de observación	Simple Verificación	12 Meses	Jennifer Poveda
	Implementar al final de la revista postales desprendibles de los atractivos turísticos que posee Caluma. (A1.3.).	Genera interés por ver todo lo que Caluma puede ofrecer al turista. (93%)	Primaria	Encuesta	Análisis estadístico	12 Meses	Jennifer Poveda
	Recolectar información actual de los sitios turísticos del lugar. (A2.).	Se posiciona al Cantón Caluma como atractivo turístico (95%)	Primaria	Guía de observación	Simple Verificación	12 Meses	Jennifer Poveda
	Manejar de manera correcta los contenidos que tendrá la revista. (A2.1.).	Manejar información concisa para elevar la afluencia de turistas en el lugar. (90%)	Secundaria	Guía de observación	Simple Verificación	12 Meses	Jennifer Poveda
	Analizar las rutas de actividades que tiene el Cantón Caluma. (A2.2.).	Idea clara para los turistas de cómo llegar a cada ruta. (90%)	Primaria	Guía de observación	Simple Verificación	12 Meses	Jennifer Poveda
	Crear un mapa en el cual se muestre las rutas turísticas del lugar a los turistas. (A2.3.).	Generar conocimiento al turista a través de un mapa (97%)	Primaria	Guía de observación	Simple Verificación	12 Meses	Jennifer Poveda

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
Actividades	Investigar cuales son los problemas de comunicaciones que tiene el Cantón Caluma. (A3.).	Verificar porque el Cantón Caluma no es reconocido como atractivo turístico. (71%)	Primaria	Guía de observación	Simple Verificación	12 Meses	Jennifer Poveda
	Elaborar una Estrategia Creativa. (A3.1).	Aceptación pública objetivo al que está dirigido el material impreso. (95%)	Primaria	Guía de observación	Simple Verificación	6 Meses	Jennifer Poveda
	Plantear estrategias promocionales mediante material P.O.P. (A3.2).	Elaborar material promocional para posicionar el lugar en la mente del público objetivo. (79%)	Primaria	Guía de observación	Simple Verificación	6 Meses	Jennifer Poveda
	Difundir información mediante material impreso. (A3.3.).	Seleccionar canales para la distribución de Flyer, afiches y roll up que promocionen la revista turística. (98%)	Primaria	Encuesta	Análisis estadístico	6 Meses	Jennifer Poveda

Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.

#### 4.04.04 Supuestos

En la tabla de los *supuestos* se puede notar todos aquellos factores externos que son suficientes para llevar a cabo el cumplimiento del proyecto pero que a la vez estos se escapan de las manos, es decir que no son controlables y dificultan para lograr el propósito del proyecto.

Tabla 6: *Supuestos*.

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Finalidades	Incrementar la afluencia de turistas en la zona. (F.1.).	Los habitantes de la zona no les interesa conocer los atractivos turísticos.			X		
	Ocasionar interés del Cantón Caluma como atractivo turístico. (F.2.).	Por el mal tiempo los atractivos se encuentran en mal estado.			X		
	Nuevas fuentes de ingresos para los habitantes del sector. (F.3.).	Los habitantes se conforman con su estilo de vida actual.	X	X	X		

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
<b>Propósito</b>	Generar información que permita mayor afluencia de turistas en los atractivos del Cantón Caluma, ubicado en la provincia de Bolívar mediante una revista. (P.).	Inversión económica insuficiente para la reproducción de la revista.	X		X		
<b>Componentes</b>	Incorporar imágenes de acorde al propósito de la revista. (C1.).	Debido al mal tiempo climático no se puede hacer un buen banco de imágenes para la revista	X		X		
	Difundir información sobre los atractivos turísticos existentes. (C2.).	Los medios utilizados para difundir los atractivos turísticos no fueron entregados a tiempo	X		X		
	Diseñar mensajes publicitarios para la promoción turística en materiales impresos. (C3.).	No se diseñaron en su totalidad los mensajes publicitarios debido a que sobre pasa el presupuesto previsto	X		X		
	Crear un diseño que capte la atención e invite al turista a que se interese en el lugar. (C.4.).	Las estrategias generadas para el desarrollo de la revista no fueron aceptadas por el público objetivo.		X	X		X
	Elaborar una revista informativa que contenga mapa de los sitios turísticos posee la zona. (C.5.).	Deterioro de las rutas turísticas que se debían colocar en el mapa.	X		X		
	Manejar estrategias de marketing sobre el lugar. (C.6.).	Manejar estrategias poco viables del lugar	X		X		
<b>Actividades</b>	Crear un diseño y diagramación innovador de la revista. (A1.).	Por el escaso tiempo la diagramación está mal estructurada	X		X		
	Utilizar adecuadamente la unidad gráfica de la revista. (A1.1.).	Unidad grafica poco comunicacional.	X		X	X	
	Capturar fotografías con buena calidad. (A1.2.).	Recopilación de fotografías de baja calidad por aspectos climáticos.	X		X	X	
	Implementar al final de la revista postales desprendibles de los atractivos turísticos que posee Caluma. (A1.3.).	Diseño mal elaborado y no desprendible.	X		X		
	Recolectar información actual de los sitios turísticos del lugar. (A2.).	No se pudo obtener información en el cantón debido al deterioro de las vías de acceso.	X		X		
	Manejar de manera correcta los contenidos que tendrá la revista. (A2.1.).	Falta de tiempo para una correcta elaboración de contenidos en la revista.	X	X	X		

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
	Analizar las rutas de actividades que tiene el Cantón Caluma. (A2.2.).	No se pudo analizar los atractivos turísticos en su totalidad debido a que se declaró en emergencia por deslaves.	X		X	X	
	Crear un mapa en el cual se muestre las rutas turísticas del lugar a los turistas. (A2.3.).	Mapa mal estructurado y rutas turísticas mal elaboradas confunden a los turistas	X		X	X	
	Investigar cuales son los problemas comunicacionales que tiene el Cantón Caluma. (A3.).	Problemas comunicacionales mal identificados.	X		X		
	Elaborar una Estrategia Creativa. (A3.1).	Escaso interés por parte del público objetivo.	X		X		
	Plantear estrategias promocionales mediante material P.O.P. (A3.2).	Estrategias comunicacionales no cumplen con lo propuesto.	X		X	X	
	Difundir información mediante material impreso. (A3.3.).	Información difundida errónea e impedimentos de distribución de la revista	X		X	X	

*Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.*

#### 4.04.05. Matriz de Marco Lógico

En la “*Matriz de Marco Lógico*” se puede notar con mayor precisión los problemas que se trata de resolver para la realización del proyecto, cuales son las causas y efectos que pueden bloquearnos el avance del mismo.

De igual manera muestra mediante qué medio se realizara la investigación y sobre todo que es lo que puede impedir la realización del proyecto para llegar a cumplir con el objetivo planteado.

**Tabla 7: Matriz de Marco Lógico**

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación	Supuestos
<b>Fines</b>	Incrementar la afluencia de turistas en la zona. (F.1.).	Amplio conocimiento en la mente de los turistas sobre los atractivos turísticos de la zona en un 95%.	Primaria Encuesta Análisis estadístico	Los habitantes de la zona no les interesa conocer los atractivos turísticos.
	Ocasionar interés del Cantón Caluma como atractivo turístico. (F.2.).	Interés de los turistas hacia el Cantón Caluma como atractivo turístico en un 90%.	Primaria Guía de Observación Simple Verificación	Por el mal tiempo los atractivos se encuentran en mal estado.
	Nuevas fuentes de ingresos para los habitantes del sector. (F.3.).	Fuentes de ingresos para los habitantes del Cantón Caluma en un 90%.	Primaria Guía de Observación Simple Verificación	Los habitantes se conforman con su estilo de vida actual.
<b>Propósito</b>	Generar información que permita mayor afluencia de turistas en los atractivos del Cantón Caluma, ubicado en la provincia de Bolívar mediante una revista. (P.).	Aceptación de la revista turística como medio informativo (98%)	Primaria Encuesta Análisis estadístico	Inversión económica insuficiente para la reproducción de la revista.
<b>Componentes</b>	Incorporar imágenes de acorde al propósito de la revista. (C1.).	Lograr mayor atracción visual de los turistas mediante la captura de fotografías atractivas. (70%)	Primaria Guía de Observación Simple Verificación	Debido al mal tiempo climático no se puede hacer un buen banco de imágenes para la revista
	Difundir información sobre los atractivos turísticos existentes. (C2.).	Usar a la revista como fuente de información para difundir los atractivos a los turistas. (90%)	Primaria Guía de Observación Simple Verificación	Los medios utilizados para difundir los atractivos turísticos no fueron entregados a tiempo
	Diseñar mensajes publicitarios para la promoción turística en materiales impresos. (C3.).	Elaborar piezas graficas con mensajes adecuados y captar la atención de los turistas. (95%)	Primaria Guía de Observación Simple Verificación	No se diseñaron en su totalidad los mensajes publicitarios debido a que sobre pasa el presupuesto previsto
	Crear un diseño que capte la atención e invite al turista a que se interese en el lugar. (C.4.).	Lograr acogida por parte de los turistas mediante el diseño y diagramación de la revista. (90%)	Primaria Guía de Observación Simple Verificación	Las estrategias generadas para el desarrollo de la revista no fueron aceptadas por el público objetivo.
	Elaborar una revista informativa que contenga mapa de los sitios turísticos posee la zona. (C.5.).	Aceptación del mapa anexo a la revista turística (100%)	Primaria Encuesta Análisis estadístico	Deterioro de las rutas turísticas que se debían colocar en el mapa.
	Manejar estrategias de marketing sobre el lugar. (C.6.).	Generar aceptación por parte de los turistas mediante afiches que promocionen el lugar. (80%)	Primaria Guía de Observación Simple Verificación	Manejar estrategias poco viables del lugar
<b>Actividades</b>	Crear un diseño y diagramación innovador de la revista. (A1.).	Elaborar una revista que impacte visualmente al turista e incluir código QR para que el turista encuentre más información del lugar. (98%)	Primaria Guía de Observación Simple Verificación	Por el escaso tiempo la diagramación está mal estructurada
	Utilizar adecuadamente la unidad gráfica de la revista. (A1.1.).	Incrementar el interés mediante unidad grafica que esté acorde al público al que va dirigido la revista. (90%)	Primaria Encuesta Análisis estadístico	Unidad grafica poco comunicacional.
	Capturar fotografías con buena calidad. (A1.2.).	Elaborar un correcto banco de imágenes del lugar usando técnicas fotográficas. (90%)	Primaria Guía de Observación Simple Verificación	Recopilación de fotografías de baja calidad por aspectos climáticos.
	Implementar al final de la revista postales desprendibles de los atractivos turísticos que posee Caluma. (A1.3.).	Genera interés por ver todo lo que Caluma puede ofrecer al turista. (93%)	Primaria Encuesta Análisis estadístico	Diseño mal elaborado y no desprendible.

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación	Supuestos
Actividades	Recolectar información actual de los sitios turísticos del lugar. (A2.).	Se posiciona al Cantón Caluma como atractivo turístico (95%)	Primaria Guía de Observación Simple Verificación	No se pudo obtener información en el cantón debido al deterioro de las vías de acceso.
	Manejar de manera correcta los contenidos que tendrá la revista. (A2.1.).	Manejar información concisa para elevar la afluencia de turistas en el lugar. (90%)	Secundaria Guía de Observación Simple Verificación	Falta de tiempo para una correcta elaboración de contenidos en la revista.
	Analizar las rutas de actividades que tiene el Cantón Caluma. (A2.2.).	Idea clara para los turistas de cómo llegar a cada ruta. (90%)	Primaria Guía de Observación Simple Verificación	No se pudo analizar los atractivos turísticos en su totalidad debido a que se declaró en emergencia por deslaves.
	Crear un mapa en el cual se muestre las rutas turísticas del lugar a los turistas. (A2.3.).	Generar conocimiento al turista a través de un mapa (97%)	Primaria Guía de Observación Simple Verificación	Mapa mal estructurado y rutas turísticas mal elaboradas confunden a los turistas
	Investigar cuales son los problemas comunicacionales que tiene el Cantón Caluma. (A3.).	Verificar porque el Cantón Caluma no es reconocido como atractivo turístico. (71%)	Primaria Guía de Observación Simple Verificación	Problemas comunicacionales mal identificados.
	Elaborar una Estrategia Creativa. (A3.1).	Aceptación público objetivo al que está dirigido el material impreso. (95%)	Primaria Guía de Observación Simple Verificación	Escaso interés por parte del público objetivo.
	Plantear estrategias promocionales mediante material P.O.P. (A3.2).	Elaborar material promocional para posicionar el lugar en la mente del público objetivo. (79%)	Primaria Guía de Observación Simple Verificación	Estrategias comunicacionales no cumplen con lo propuesto.
	Difundir información mediante material impreso. (A3.3.).	Seleccionar canales para la distribución de Flyer, afiches y roll up que promocionen la revista turística. (98%)	Primaria Encuesta Análisis estadístico	Información difundida errónea e impedimentos de distribución de la revista

*Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.*

## CAPÍTULO V

### 5. Propuesta

#### 5.01. Antecedentes de la Herramienta y Perfil de la Propuesta

El estudio existente da como resultado un primer proyecto correspondiente a (Alejandro, 2015, Pág. 5), quien elaboró este trabajo de titulación “Elaboración de un fotolibro para dar a conocer los principales atractivos turísticos más importantes, para así poder fomentar el desarrollo económico de la ciudad de la Tena ubicada en la provincia del Napo” para fortalecer el turismo de la zona, lo cual en si se puede evidenciar que este método de alguna manera funciona para el incremento de ingresos económicos y es muy utilizada para dar a conocer un sitio.

La propuesta no logra resolver el conflicto existente dentro de este cantón debido a que no se fomenta en ningún caso el turismo a un lugar geográfico específico, puesto que habla del lugar como si este estuviera desvalorizándose día con día, lo que da como resultado un elemento muy desfavorable para este trabajo, lo que ciertamente complicó el desarrollo de este proyecto.

Un segundo proyecto sobre una revista turística es de (Marina, 2013, Pág. 3) quien desarrollo un tema de titulación denominado “Creación de una revista informativa – turística para la parroquia de La Merced” fue elaborada con la finalidad de informar sobre los atractivos existentes en dicha zona, tomando como punto de partida un enfoque al turismo religioso, gastronómico y comunitario. Mediante la cual se ha pretendido fomentar el turismo tanto a turistas nacionales como a extranjeros.

El mismo proyecto habla sobre el desconocimiento por parte de los habitantes lo que da como resultado tener un desdén con el turista y este no haga uso del lugar debido a la mala atención, falta de capacitación, falta de implementación de material turístico y demás factores que son de suma relevancia para atraer al turista.

Un tercer trabajo perteneciente a (Gisella, 2012, Pág. 4), que tuvo como tema de titulación la elaboración de “Promoción turística del balneario del Banchal, parroquia Cascol, cantón Pajan, Provincia de Manabí” la implementación de este tema a desarrollarse en Manabí fue con la intención de brindar un mejor trato a los turistas, lo mismo que ayudará a incrementar sus ingresos económicos debido a la afluencia de turistas por el servicio brindado y a la vez a tener una mayor oferta y demanda en el sitio.

Lo que se pudo evidenciar como impedimento para el desarrollo del proyecto es el conocimiento medio de parte de la población lo que quiere decir que esto va afectar de alguna manera al momento de brindar información al turista, también se debe tomar en cuenta todos los aspectos tanto positivos como negativos y uno de los grandes elementos bloqueadores es el deterioro del lugar, falta de interés por la población por mantener el lugar limpio y apto para el visitante, también se pudo denotar que su señalética está sumamente deteriorada lo que impide al turista mantenerse informado y claro sobre su ubicación.

La propuesta que se viene realizando es apta para elevar la afluencia del turista debido a que este necesita mantenerse informado, tiene un enfoque hacia un grupo geográfico claramente identificado, un público objetivo claramente formal que corresponde a una edad de 18-40 años, este proyecto es de suma importancia para fomentar el turismo en el cantón Caluma debido a que ya tiene un método bien

estructurado para que tenga una fácil aceptación al momento de llegar al consumidor, se puede decir que hoy en día hay otros medios para recibir información como el internet, aplicaciones y otros medios pero también se debe tener en cuenta que aunque con el tiempo la revista no es 100% usada eso no quiere decir que ha desaparecido.

La elaboración de la revista es la mejor alternativa para fomentar el turismo en Caluma puesto que en la actualidad es el medio impreso con mayor credibilidad que otras fuentes de información, la implementación de la misma esto ayudará a elevar el índice de turistas que visiten Caluma, a la vez que tendrá incrementos económicos en el cantón y la conservación de los atractivos.

Se implementó para la elaboración de la revista un diseño sumamente atractivo y que llame la atención del turista, a más de eso contiene un mapa en la revista que trata sobre las rutas que el turista pueda visitar, la revista contara con un material de impresión apto al público objetivo, lo que pretende explicar que se realizara en un material manipulable y que no se dañe fácilmente por el uso dado.

## **5.02 Marco Teórico**

### **5.02.01. Diseño editorial**

“El diseño editorial es la rama del diseño gráfico que se especializa en la maquetación y composición de distintas publicaciones tales como libros, revistas o periódicos. Incluye la realización de la gráfica interior y exterior de los textos, siempre teniendo en cuenta un eje estético ligado al concepto que define a cada publicación y teniendo en cuenta las condiciones de impresión y de recepción.” (Daniel, Universidad Palermo, 2009, Pág. 3).

En la actualidad se mantiene un orden jerárquico al momento de la elaboración o maquetación de un medio impreso, debe tener relación tanto lo que son imágenes como textos, mantener una diagramación llamativa que todo tenga contraste para generar armonía al lector, de cada diseñador cuenta si su libro, folleto, revista, etc., es o no comercializada, debido a que un mal diseño lo único que genera son solo gastos.

### **5.02.02. Revista**

Una revista es el conjunto de imágenes y textos debidamente diagramada, mantienen un orden jerárquico para llamar la atención del grupo objetivo, aquí se publican artículos, guías, publicidades, crónicas, reseñas fotográficas y demás temas.

El tiempo de vida de una revista es distinto al de un periódico, el periódico tiene durabilidad de un día y la revista la periodicidad varia, puede ser una semana, un mes, cada tres meses o una vez por año. Aquí también tiene mucho que ver la durabilidad ya que esta es impresa en un material más duro debido a la usabilidad que tiene.

La revista en la actualidad es considerada como un medio impreso de larga duración, ya que en muchos casos se imprime una revista cada mes o cada año. Las revistas son el medio al cual acuden los lectores en busca de entretenimiento, conocimiento, información e ideas útiles.

La revista está estructurada de aspectos importantes como es el diseño de una comunicación que se deben tomar en cuenta para la elaboración de una revista. La portada es lo primero que observa el lector, por lo que se debe tomar en cuenta que debe ser diseñada para atraer la atención del lector.

Los titulares de la portada deben cumplir con su función que es atraer la atención del lector esto es animando a leer el contenido y buscando satisfacer sus necesidades y expectativas, ya que por medio de los anuncios de la revista se puede dar a conocer

los atractivos y servicios para que el lector convierta en real el momento de viajar a los lugares que se está promocionando.

## **Diagramación**

“La diagramación, es un oficio del diseño editorial que se encarga de organizar en un espacio contenidos escritos, visuales y en algunos casos audiovisuales. Estos elementos pueden estar en medios impresos y electrónicos, como libros, diarios y revistas.” (Gráfico, 2012).

Todo diseño editorial, ya sea revista u otro tipo de medio impreso depende mucho de la diagramación, como está distribuido la información y sobre todo debe ser un diseño atractivo que llame la atención e impacte al público objetivo y la temática que se llevara a cabo para que esta sea una revista que convenza al espectador de visitar el atractivo turístico que se está promocionando.

## **Título y diagramación**

La diagramación de los títulos responde a dos principios:

### **La economía del título**

No se debe utilizar demasiado texto en los títulos, mientras más simple y conciso sea el título el turista va a comprender de mejor manera y no se vuelve una revista muy aburrida.

### **Las retículas**

Las retículas es una manera de trabajar ordenadamente dentro de una revista, libro u otro medio, ayuda al diseñador a mantener un trabajo más ordenado y jerárquico.

Existen razones para utilizar una retícula o para obviarla, dependiendo de la corriente que se siga, sin embargo, es imposible descartarla para algunos medios editoriales como periódicos, ya que el sistema reticular establece no solo un orden, sino un ritmo, una estructura de lectura y por lo tanto una jerarquía que orienta al lector dentro de la publicación. Retomando la idea de Samara: “es importante comprender que la retícula a pesar de ser una guía precisa, nunca debería imponerse a los elementos que se colocarán dentro de ella. Su trabajo –el de la retícula- es proporcionar unidad global sin rebajar la vitalidad de la composición”. (Daniel, *Entre corondeles y Tipos*, 2009, p. 9)

### **TIPOS DE RETÍCULAS (EDITORIAL)**

**La retícula de una sola columna:** Esta retícula es empleada para presentar textos largos, cuya finalidad es mantener un diseño más limpio y comprensible, por lo general se encuentran en algunas revistas informativas, libros etc.

**La retícula de múltiples columnas:** Este tipo de retícula es más flexible se usa para distribuir la información en varias columnas y dar un aspecto más vistoso en el material impreso.

**Las retículas modulares:** “Como su propio nombre indica está compuesta por módulos del mismo tamaño. Aunque en cierto modo es una modalidad bastante más compleja, también nos aporta más facilidades, flexibilidad y movilidad para estructurar nuestros contenidos. Nos ofrece ilimitadas posibilidades y es muy adecuada si estamos trabajando en formatos de página complejos como formularios o programaciones, aunque en algunos casos abusar de esta variedad puede ser arriesgado pues podemos pecar de crear un diseño sobrecargado. (Creativos, 2014)

**Las retículas jerárquicas:** Su lógica es diferente a los sistemas anteriores ya que se estructura en base a una organización que se adapta a la relevancia y funcionalidad de una mayor diversidad de contenidos. Un ejemplo de formatos que utilizan esta estructura son los proyectos de páginas web. (Creativos, 2014)

### **5.02.03. Tipografía**

“En sentido estricto, una fuente es un conjunto de caracteres en un cuerpo y en un estilo. Una familia es un grupo de fuentes relacionadas, con diferentes estilos y cuerpos” (Cheng, 2009, p. 11). Existen variedad de fuentes tipográficas y sus respectivas versiones como son negrita, bold, italic, regular, expandida entre otras, cada una de estas tiene un propósito y cada diseñador debe usar de acorde a su diseño mas no colocarla por simple empatía.

### **5.02.04. Color (Teoría del color, psicología del color).**

El color en el área del diseño gráfico es un factor de suma importancia ya que es lo que se quiere transmitir al lector, cada color tiene un significado y al momento de diseñar no se elige cualquiera sino el que contraste con el tema elegido para generar calidez y dinamismo en el diseño.

“En diseño gráfico, los colores se clasifican en colores primarios (rojo, amarillo y azul) y secundarios o complementarios (violeta, naranja y verde). Estos últimos son consecuencia de la mezcla de los primarios. Por otro lado, existen ocho colores elementales que se corresponden con las ocho posibilidades de percepción extremas que tiene el ojo humano.” (Peredo, 2011).

Estos no son más que sus tres colores primarios, sus tres colores secundarios, más los dos colores acromáticos que da como consecuencia el blanco, y el negro que es la ausencia de los tres.

---

### 5.02.05. Composición

La composición hace referencia al equilibrio existente dentro de un arte publicitario o maquetación ya sea de revistas, libros o periódicos, es la forma ordenada de distribuir la información para que el mensaje llegue de forma objetiva al público. Un buen diseño capta la atención del lector, la jerarquía es la base fundamental de todo diseñador gráfico ya que es lo que atrae a primer vistazo y la base más importante para encontrar información concisa y de rápido alcance.

### 5.02.06. Etapas

“El proceso para el diseño editorial pasa fundamentalmente por 4 etapas generales: creación, edición, producción y diseño. Visto desde el punto de un departamento o equipo de diseño gráfico, la concepción del estilo de un medio impreso o virtual tiene como objetivo elaborar un proyecto de imagen y diseño de acuerdo a las características del medio.” (María, 2014)

### 5.02.07. Tendencias

Cada diseñador es distinto, no existen dos iguales y cada uno tiene un estilo diferente, lo que le hace diferenciador de la competencia, pero aun así tiene que adaptarse a las nuevas tendencias que salen para no desactualizarse con el pasar del tiempo. A continuación, se mencionará algunas de las tendencias del diseño editorial.

**Moderno-retro.** es la implementación de tipografías y colores retro o antiguos lo que genera un concepto o una mezcla de algo nuevo y viejo a la vez.

**Diseño con módulos.** Es la creación de pequeños bloques o módulos para la distribución tanto de imágenes como textos, la información se vuelve más versátil y hace ver al diseño más profesional.

**Texto + fotografía.** Es la realización de una fotografía de fondo con la implementación de un texto resaltando la imagen o el tema que se le va a dar, esto denota profesionalismo en el diseño.

#### **5.02.08. Estándares de calidad**

La revista es de alta calidad debido a su elaboración con materiales resistentes y duraderos, para su contenido se ha realizado una investigación para entregar al lector un material fotográfico y textual muy bien elaborado.

#### **5.02.09. Software a utilizar**

##### **Adobe Indesign cc**

“Es la aplicación número uno a nivel mundial para diseño editorial. Con esta aplicación que es casi el estándar de la industria podemos realizar desde proyectos sencillos como puede ser un flyer a color, blanco y negro, con texto, imágenes etc. Incluso se puede realizar hasta creaciones más complejas tales como revistas, libros convencionales y electrónicos, periódicos entre otras muchas publicaciones.”  
(Romero, 2015)

Esta es una herramienta que permite generar archivos como revistas digitales, archivos de pdf que interactúan de manera animada con el usuario, a la vez genera archivos de audio y video a través de anclajes para que sean reproducidos fácilmente. Este es el software más utilizado para la realización de todo lo que incluye el diseño editorial.

##### **Adobe Illustrator.**

Este programa es uno de los más importantes y utilizados en el diseño gráfico. Un complemento inseparable de Adobe Photoshop, con este podemos trabajar

principalmente con vectores, lo cual lo hace ideal para el diseño gráfico de primer nivel. En este programa realizamos el logotipo y toda la imagen corporativa con sus respectivas piezas publicitarias. (ESDIMA, s.f.)

### **Adobe Photoshop.**

Es un programa que se utiliza para la edición más profesional y exacta de imágenes y archivos, también incluye herramientas para editar fácilmente y de manera rápida imágenes, aunque generalmente se utiliza para fotografía y edición. Es muy utilizada en, revistas, publicidad, diseño gráfico, marketing e imagen de marca. En este medio retocaremos las fotografías. (ESDIMA, s.f.)

### **5.03. Descripción de la Herramienta**

Aquí se puede evidenciar que se ha utilizado una fuente de investigación primaria que está enfocada en el tema propuesto al grupo objetivo, mismo que para concretar se usó como medio la encuesta como conclusión final, también muestra la cantidad de personas que están interesadas por conocer Caluma.

#### **5.03.01. Metodología (Materiales y Métodos)**

La encuesta se realizó en base a preguntas de opción múltiple y preguntas de sí y no, con la finalidad de dar a conocer Caluma como sitio turístico, misma que se llevó a cabo en la ciudad de Quito considerando que este es el grupo objetivo, la encuesta se dio para una muestra total de 385 personas en las que constan los turistas nacionales radicados en la ciudad de Quito, con un rango de edad de entre 18-40 años.

#### **Modelo de encuesta**

El propósito de la siguiente encuesta es determinar cuál es el alcance de aceptación

que tendrá la revista turística de Caluma ante el público objetivo. Lea cuidadosamente cada pregunta y responda con una X según su respectiva respuesta.

**Marque con una X la respuesta que crea conveniente.**

**Edad:**

**Género:** Masculino  Femenino

**1. ¿Con que frecuencia visita usted los atractivos turísticos existentes en el Ecuador?**

Mensualmente  Anualmente

**2. ¿Cuándo sale a un viaje turístico quienes son sus acompañantes?**

Familia  Amigos  Solo

**3. ¿Qué actividades realiza cuando sale de viaje?**

Atractivos naturales  Aventura  Tours históricos

**4. ¿Le gustaría recibir información sobre los atractivos que ofrece el Cantón Caluma?**

Sí  No

**5. ¿Por qué medios le gustaría recibir información sobre los atractivos del Cantón Caluma?**

Revista  Flyer  Afiches

**6. ¿Qué lugares cree que sería bueno distribuir la revista?**

Agencias de Viajes  Supermercados

**7. ¿Qué tipo de información le agradaría recibir del Cantón Caluma?**

Información sobre atractivos naturales

Información sobre cultura

Información sobre cascadas

**8. ¿Qué lugares Turísticos conoce del Cantón Caluma?**

Cascada Velo de Novia  El Acorazado  Carnaval de Caluma

**9. ¿Conoce Ud. algún medio que transmita información clara sobre Caluma?**

Sí  No

**10. ¿Cree usted que la revista es una herramienta novedosa para dar a conocer un sitio turístico?**

Sí  No

*Gracias por su aporte*

### 5.03.02. Resultados

Los resultados de la encuesta es lo que ayudará a definir los resultados finales para ver el nivel de alcance que tendrá la revista.

#### 1. ¿Con que frecuencia visita usted los atractivos turísticos existentes en el Ecuador?

Tabla 8. Frecuencia de visitas a lugares turísticos.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Mensualmente	275	71,43%
Anualmente	110	28,57%
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100,00%</b>

Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.



Figura 8: Frecuencia de visitas a lugares turísticos.

Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.

#### Análisis.

La mayoría de las personas encuestadas han escogido el primer ítem de la pregunta “Mensualmente” la cual corresponde a un 71% por lo que se puede dar a entender que las personas salen de viaje a los diferentes lugares turísticos no solo en días feriados, sino que están en constante movimiento.

## 2. ¿Cuándo sale a un viaje turístico quienes son sus acompañantes?

Tabla 9: Tipo de compañía en un viaje turístico.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Familia	261	67,79%
Solo	19	4,93%
Amigos	105	27,27%
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100,00%</b>

Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.



Figura 9: Tipo de compañía en un viaje turístico.  
Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.

### Análisis.

La mayoría de las personas encuestadas eligieron como respuesta que sus acompañantes de preferencia son sus familiares con un 68% de alcance lo que es un factor clave para diseñar estrategias de publicidad enfocadas a un público objetivo adulto para el incremento de turistas en el Cantón Caluma.

### 3. ¿Qué actividades realiza cuando sale de viaje?

Tabla 10: Tipo de actividad a realizar.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Atractivos naturales	225	58,44%
Aventura	100	25,97%
Tours históricos	60	15,58%
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100,00%</b>

Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.



Figura 10: Tipo de actividad a realizar.

Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.

#### Análisis.

La mayoría de muestra eligió como tipo de actividad visitar Atractivos Naturales teniendo como resultado un 58% en las encuestas, con esta información se va a destacar todos los atractivos que tiene el Cantón Caluma, implementando a través la revista para el incremento de turistas en la región.

#### 4. ¿Le gustaría recibir información sobre los atractivos que ofrece el

##### Cantón Caluma?

Tabla 11: Grado de aceptación de información

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	253	65,71%
No	132	34,28%
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100,00%</b>

Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.

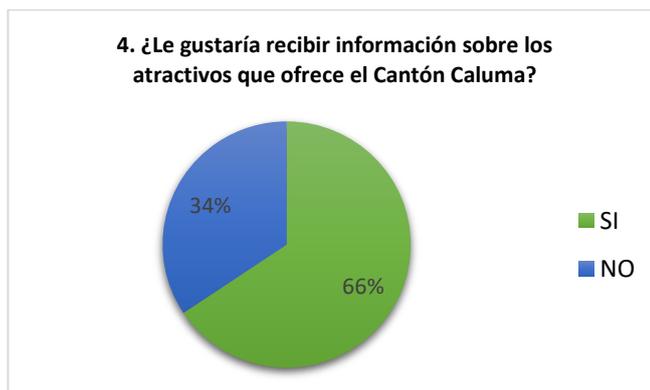


Figura 11: Grado de aceptación de información  
Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.

#### Análisis:

Las personas encuestas muestran con un 66% de resultado que tienen interés por recibir información sobre los diferentes lugares Caluma eso demuestra que el presente proyecto es factible para la implementación de una revista turística para elevar el índice de visitas en la zona, lo que a la vez es de gran ayuda para los habitantes debido a que tendrán mayores ingresos económicos.

## 5. ¿Por qué medios le gustaría recibir información sobre los atractivos del Cantón Caluma?

Tabla 12: Medio de Información

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Revista	201	52,20%
Flyer	108	28,05%
Afiches	76	20,25%
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100,00%</b>

Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.

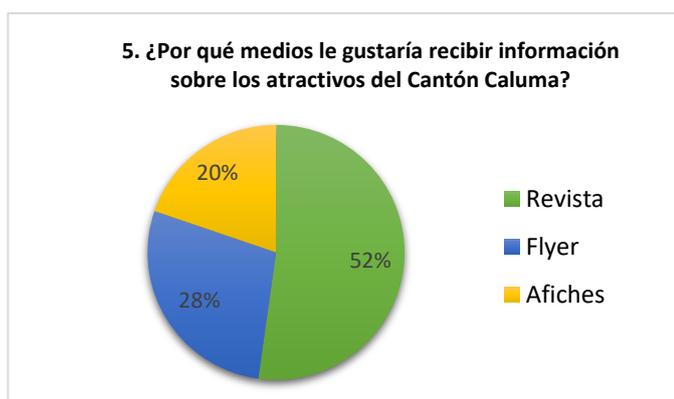


Figura 12: Medio de Información.

Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.

### Análisis:

Las personas eligen con un 52% de aceptación como medio principal para recibir información confiable a la revista en el cual se va a implementar las estrategias adecuadas para proporcionar información a los turistas de los sobre los atractivos naturales que ofrece el Cantón Caluma.

## 6. ¿Qué lugares cree que sería bueno distribuir la revista?

Tabla 13: Medio de Distribución.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Agencias de viajes	258	67,01%
Supermercados	127	32,98%
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100,00%</b>

Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.

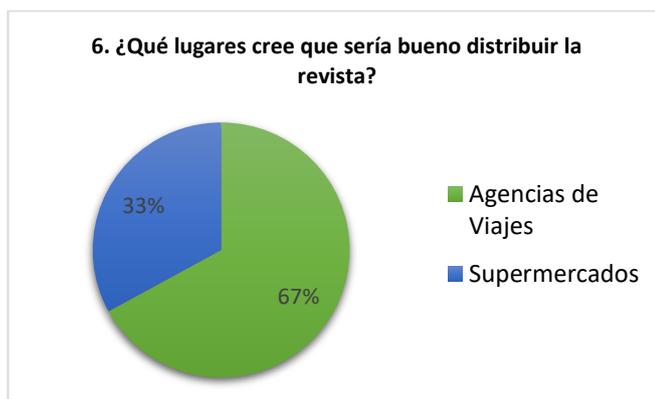


Figura 13: Medio de Distribución.

Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.

### Análisis:

Las personas eligen como medio adecuado para la distribución de la revista con un 67% a las Agencias de Viaje en la cual mencionan que es la mejor forma de recibir información totalmente clara y concisa sobre los atractivos turísticos que posee Caluma.

## 7. ¿Qué tipo de información le agradecería recibir del Cantón Caluma?

Tabla 14: Tipo de Información

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Atractivos naturales	199	51,69%
Cascadas	97	25,19%
Cultura	89	23,01%
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100,00%</b>

Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.

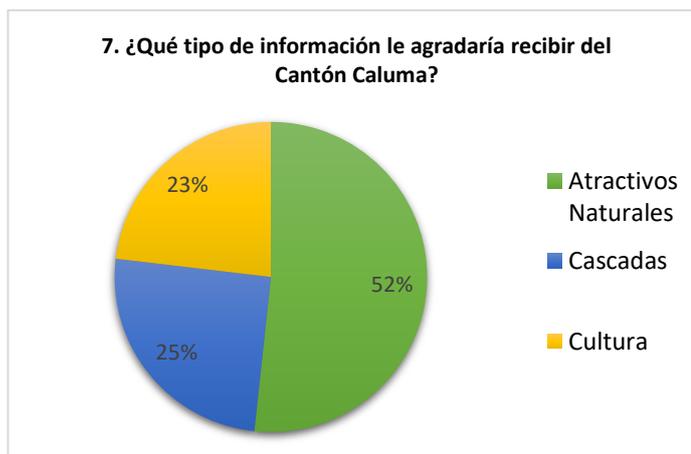


Figura 14: Tipo de Información

Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.

### Análisis:

La mayoría de personas se muestran interesadas en recibir información sobre los atractivos naturales que tiene el Cantón Caluma, esto demuestra que se debe promocionar los atractivos que existen en la ciudad.

## 8. ¿Qué lugares Turísticos conoce del Cantón Caluma?

Tabla 15: Nivel de conocimiento de lugares del Cantón Caluma

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Carnaval de Caluma	163	42,33%
El Acorazado	126	32,73%
Cascada Velo de Novia	96	24,94%
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100,00%</b>

Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.

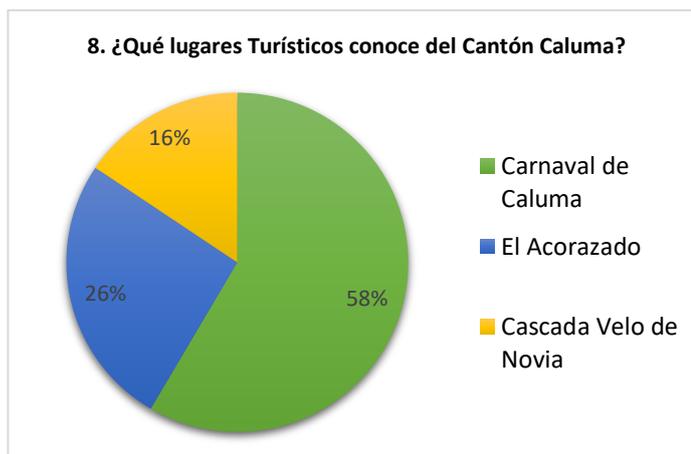


Figura 15: Nivel de conocimiento de lugares del Cantón Caluma.

Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.

### Análisis:

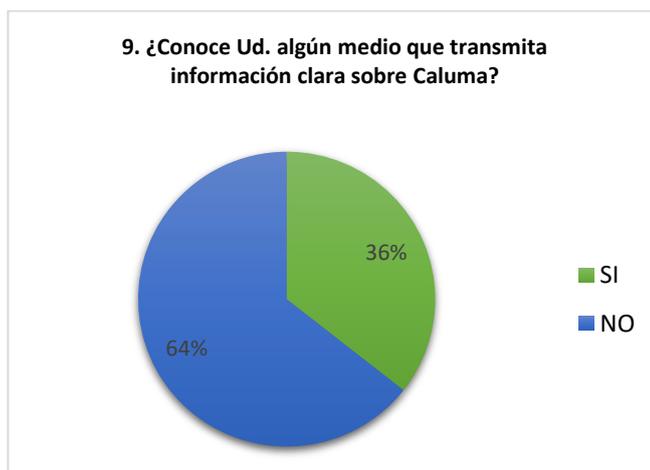
Las personas reconocen haber escuchado alguna vez sobre estos lugares que han acudido en sus festividades como el Carnaval de Caluma que es uno de los más visitados después del de Guaranda, con un 42%, como segundo lugar hay que tomar en cuenta al complejo turístico “El Acorazado” con un 33% y como tercer lugar y no menos importante están las Cascadas como es una de ellas “Cascada Velo de Novia” con un 25% por ende hay lugares que no conocen de la ciudad y que se debería implementar información sobre los diversos lugares turísticos de la ciudad que aún faltan por ser conocidos.

**9. ¿Conoce Ud. algún medio que transmita información clara sobre Caluma?**

*Tabla 16: Conocimiento sobre medios que promocionen al Cantón Caluma.*

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	137	35,58%
No	248	64,41%
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100,00%</b>

*Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.*



*Figura 16: Conocimiento sobre medios que promocionen al Cantón Caluma.*  
*Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.*

**Análisis:**

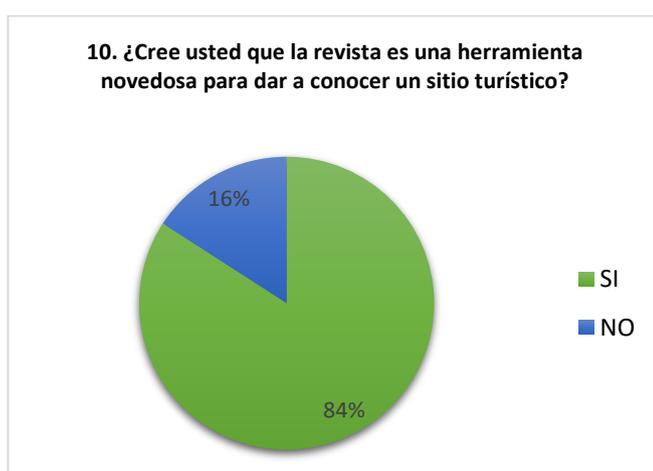
Las personas reconocen que en algún momento escucharon sobre el Cantón Caluma, pero en su mayoría dijeron que ningún medio transmite información sobre los atractivos turísticos existentes en este lugar, con un 64% se pudo entender que es muy necesario implementar la revista turística para difundir estos atractivos.

**10. ¿Cree usted que la revista es una herramienta novedosa para dar a conocer un sitio turístico?**

*Tabla 17: Nivel de aceptación de la Revista*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	324	84,16%
No	61	15,84%
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100,00%</b>

*Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.*



*Figura 17: Nivel de aceptación de la Revista.*

*Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.*

**Análisis:**

Con un 84% de alcance las personas supieron decir que es muy viable implementar una revista turística para difundir los atractivos turísticos que posee Caluma, la cual sería de estructura novedosa e informativa para los turistas.

### 5.03.03. Aplicación

Según las encuestas se determinaron que la mayoría de los encuestados conocen o han oído hablar sobre el Cantón Caluma o la “Tierra de la Naranja”. El objetivo de este método fue evaluar el nivel de aceptación por parte de los turistas en base al proyecto que se está llevando a cabo. Con la creación de gráficos o pasteles se pudo apreciar el nivel de aceptación por parte de los turistas de manera clara y viable, de esta forma que se obtuvo a través de este medio los valores de cada pregunta elaborada, mediante gráficos.

Al haber elaborado una encuesta para determinar el nivel de conocimiento sobre el Cantón Caluma se puede notar que la implementación de la revista turística e informativa tendría gran alcance, de igual manera se determinó al grupo en el cual está enfocado este proyecto denotando así que gran parte de los turistas están interesados en la revista, lo cual nos hace pensar que la solución para que haya más afluencia de turistas es la difusión por medio de una revista muy bien estructurada.

Parte de turistas dijeron que si es necesario una revista para tener información clara y confiable de lo que está difundiendo por lo que se deduce que tendría gran aceptación y posicionamiento en la mente del público objetivo, también se debe mencionar que es necesario el anexo de un mapa informativo que estará dentro de la revista lo cual es muy viable para con los turistas debido a que estarán mayormente orientados sobre las rutas y el lugar exacto donde deben acudir.

La mayoría de turistas han utilizado una revista, antes salir a realizar un viaje turístico o vacacional. De igual forma una gran parte de la población determinó que si han leído alguna vez una revista de la Provincia Bolívar, pero el impacto visual como informativo no llenó sus expectativas como para acudir a visitar, si bien es

cierto Caluma es un Lugar no muy grande pero cuenta con sitios y atractivos turísticos que en su mayoría no han sido difundido, esto nos sirve para elaborar una revista que sea muy sofisticada, elegante e informativa la misma que mantendrá excelente diagramación para que el turista quede satisfecho y convencido de que este es un buen lugar para visitar.

Y por último la gran parte de turistas dio como respuesta que esto sería algo muy emotivo ya que se ha pesado en ellos más allá de lo cotidiano para hacerles llegar información real de un lugar que les recibirá con los brazos abiertos.

#### **5.04. Formulación del Proceso de Aplicación**

##### **Diseño Editorial**

###### **5.04.01 Planificación**

Es el proceso de la revista turística va desde el concepto inicial (machote) hasta la revista en su versión final. Es una revista, que involucra el diseño gráfico, la fotografía, y una editorial para poder reproducirla.

###### **5.04.02 Propósito del proyecto**

El propósito del proyecto es generar suficiente material de difusión enfocado a promocionar los principales atractivos turísticos del Cantón Caluma o “Tierra de la Naranja”, ubicada en la provincia de Bolívar con la finalidad de fomentar el turismo y difusión de información a turistas a través de una revista turística.

###### **5.04.03 Tipo de publicación**

La publicación será la elaboración de una revista turística con un mapa anexo, el cual es un 50% imágenes y el otro 50% incluirá texto, de igual manera estará anexo un mapa que a la vez es sobre las rutas de orientación para el turista,

también dispone al final de la revista postales desprendibles para es espectador. La revista se dará a conocer en los principales destinos turísticos de la ciudad para que ellos se encarguen de hacer llegar la información a los turistas. Así mismo cuenta con la implementación de un código QR que arrastrara a un Fan Page para obtener más información del lugar.

La publicación de la misma se llevará a cabo de forma anual, de tal manera que siempre se encuentre actualizada y con información que sea de gran utilidad para los turistas.

#### **5.04.04 Temática**

El tema que se usará para la elaboración de la revista es de carácter Informativo turístico, misma que contendrá portada, carta editorial, consejo editorial, párrafo legal, índice e información acerca de su historia, atractivos turísticos naturales, aventura, balnearios, fiestas, gastronomía y alojamiento existente en de Caluma, como un extra también encontraremos unas postales desprendibles ubicadas al final de la revista, una página plegable, y un mapa de la ubicación de los sitios turísticos.

#### **5.04.05 Formato**

Se usará un formato de 20 x 26cm, se ha optado por usar este formato ya que es un formato muy usado en la mayoría de revistas debido a su versatilidad y muy sintetizada, para así poder exponer de una mejor forma las fotografías.

#### **5.04.06 Número de páginas**

La revista contiene un total de 72 páginas internas y adicional se tiene la portada y contraportada, se optó por este número de páginas ya que en el 25% se manejará la información turística, mientras que el 75% será utilizado para las fotografías del cantón

Caluma. Además, se incluirá como extra el mapa contiene un total de 1 página plegable tiro y retiro y dos páginas impresas a dos lados para las postales desprendibles que estarán anexadas al final de la revista.

## 5.05 Desarrollo

### 5.05.01 Mapa de Contenidos

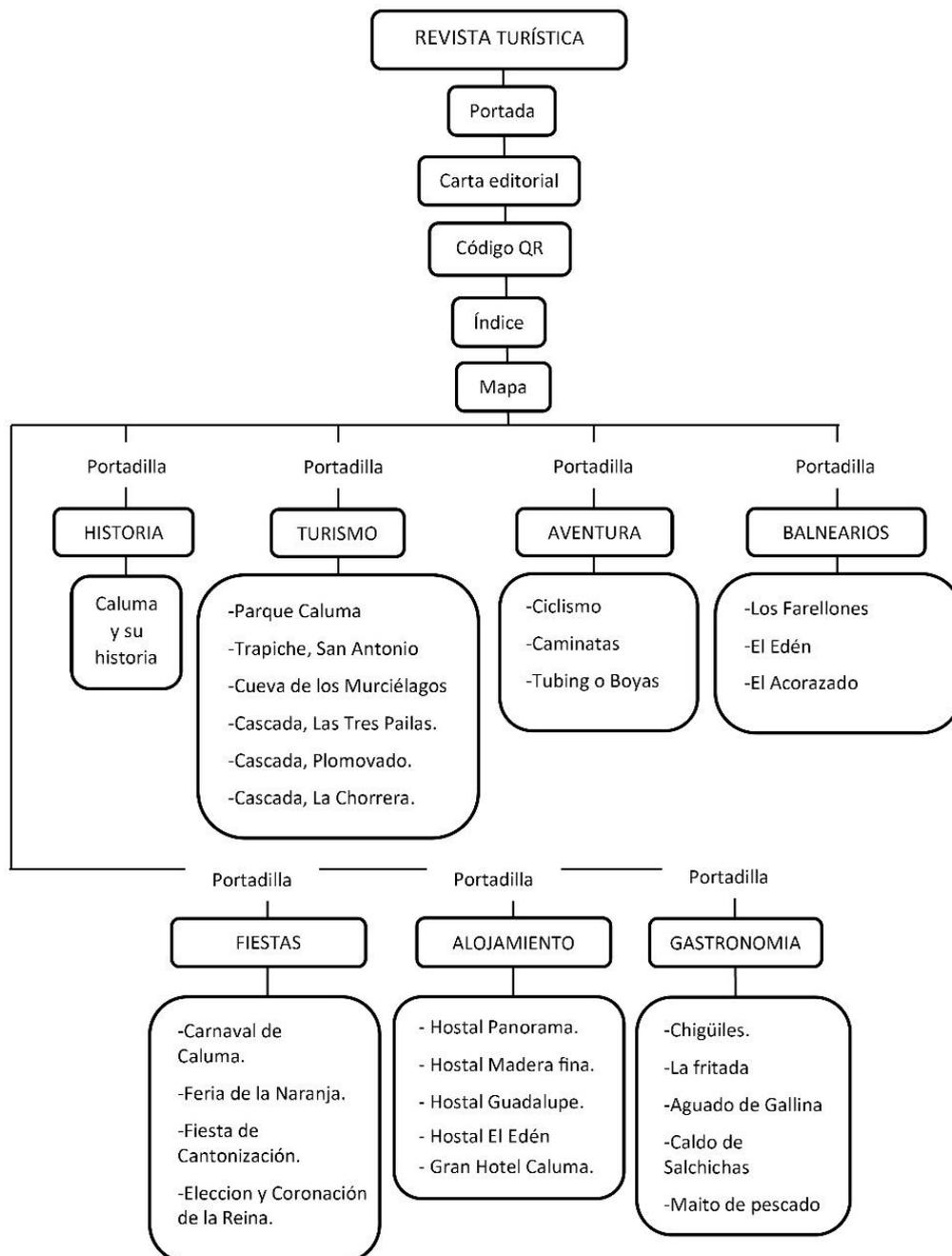


Figura 18: Mapa de Contenidos de la revista del Cantón Caluma.

Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.

### 5.05.02 Índice de Imágenes

En las siguientes figuras, se muestran las imágenes que se utilizarán para la elaboración de la revista, cuyas imágenes son representativas del Cantón Caluma y cada de ellas muestra algo distinto que llama la atención a cada uno de los turistas, con la finalidad de despertar el interés del mismo para que visite este lugar.

Imagen	Imagen	Imagen
		
Letras gigantes en el parque de Caluma	Parque de Caluma en la noche	Caluma en su atardecer y anochecer
		
Caluma antiguo	Mazorca de choclo costeño	Cacao
		
Racimo de banano	Café	Naranja
		
Hoja de verde mojada	Mora silvestre	Cascada Plomovado

Imagen	Imagen	Imagen
		
Finca Ganadera	Rio Charquiayacu	Turistas en la Cascada Plomovado
		
Trapiche	Juegos pirotécnicos	Finca Maria Eulalia
		
Cueva de los murciélagos	Murciélagos	Ingreso a la Cascada Plomovado
		
Turistas bañándose en la Cascada Plomovado	Cascada Plomovado 20m.	Tubing o boyas
		
Cascada La Chorrera	Cabañas en la Cascada La Chorrera	Atardecer en la Cascada La Chorrera

Imagen	Imagen	Imagen
		
Cascada Tres Pailas	Sendero hacia la Cascada Tres Pailas	Ingreso hacia la Cascada Tres Pailas
		
Vista del Cerro Samama	Puente Colgante Cerro Samama	Adentramiento en el Cerro Samama
		
Vertiente de agua en el Bosque Samama	Río Caluma	Poza en el Río Caluma
		
Bosque Protector Naranja Pata	Orquidea	Loro
		
Guatusa	El Acorazado	Antorcha en El Acorazado

Imagen	Imagen	Imagen
		
Fiesta en el El Acorazado	Entrada El Acorazado	Poza El Acorazado
		
El Edén	Piscina para niños en El Edén	Piscina para adultos en El Edén
		
Los Farellones	Piscina para adultos en Los Farellones	Rancho el Amigo que no te Falla
		
El Castillo	Atardecer en Los Farellones	Ciclismo
		
Caminatas	Tubing o Boyas	El Manantial

Imagen	Imagen	Imagen
		
Inicio Pregon de fiestas del Carnaval	Grupo de bailarines en el Carnaval	Autoridades del GAD presentes en el Carnaval de Caluma
		
Feria de La Naranja	Vino de Naranja	Artesanias hechas con hoja de choclo
		
Artesanias hechas con mate	Artesanias hechas con paja toquilla	Artesanias hechas con botellas plasticas
		
Elección y Coronación de la Reina	Desfile de candidatas en traje de baño	Desfile de candidatas en traje de gala
		
Alcalde con la Reina del Canton	Fritada	Parrillada

Imagen	Imagen	Imagen
		
Chiguiles	Aguado de Gallina	Tortillas
		
Chuzo con yucas	Maito de Tilapia	Hostería Madera Fina
		
Cabañas en Hostería Madera Fina	Colibries en Hostería Madera Fina	Hostería El Edén
		
Hotel Gran Caluma	Hotel Panorama	Hostal Guadalupe

*Figura 19: Recopilación de imágenes del Cantón Caluma  
Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.*

### 5.05.03 Estilos

Las tipografías que se usaran en el desarrollo del proyecto son de carácter sencillo para que pueda ser comprendida por el lector. Se usará diferentes tipografías de la familia de palo seco para dar mayor elegancia en la revista misma que es formal y de fácil comprensión, son muy adecuadas para este tipo debido a su fácil legibilidad y la sencillez que tienen.

Tabla 18: Estilos

Estilos	Familia Tipográfica	Características
<b>LilyUPC</b>	A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 . , - Ñ { ' } = ( / & % \$ # " ! / *	Esta tipografía fue utilizada para los títulos de cada sección en el índice y las portadillas de la revista
<b>Alexis Marie</b>	A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 . , - Ñ { ' } = ( / & % \$ # " ! / *	Esta tipografía fue utilizada para los títulos tanto del índice como el de la carta editorial.
<b>Century Gothic</b>	A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 . , - Ñ { ' } = ( / & % \$ # " ! / *	Esta tipografía fue utilizada para el todo el contenido de cada sección y carta editorial
<b>Bell MT</b>	A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 . , - Ñ { ' } = ( / & % \$ # " ! / *	Esta tipografía fue utilizada para el pie de cada una de las fotos de la revista.
<b>Arial</b>	A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 . , - Ñ { ' } = ( / & % \$ # " ! / *	Esta tipografía fue utilizada para las postales y para la información del mapa.

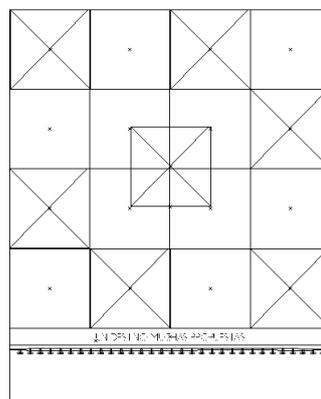
Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.

### 5.05.04 Páginas máster o retículas

Las paginas máster se realizó en tamaño de la revista que es de 20 x 26cm, se elaboró varias retículas, lo que hace que sea una revista llamativa, además de esto permite una mayor visibilidad tanto de las imágenes como el texto.



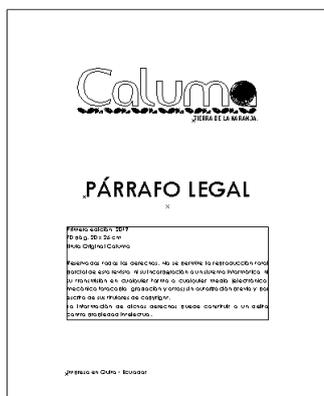
Página Master 1



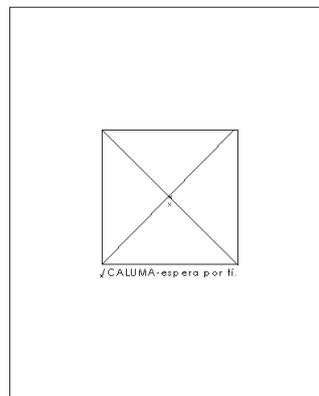
Página Master 2



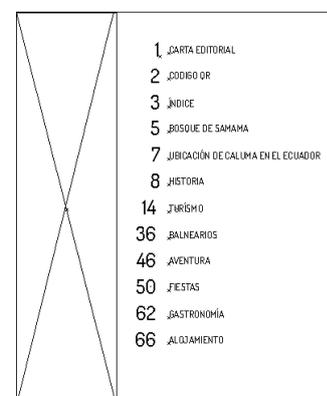
Página Master 3



Página Master 4



Página Master 5



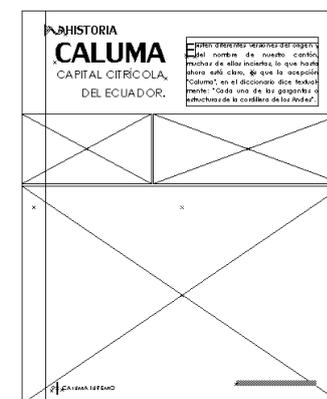
Página Master 6



Página Master 7

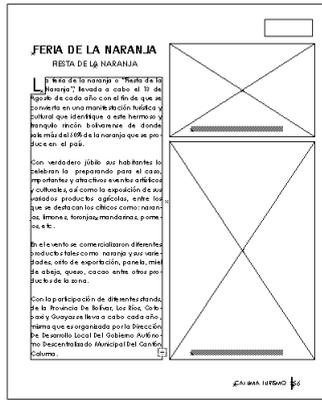


Página Master 8



Página Master 9

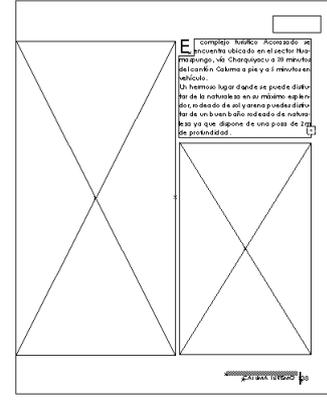




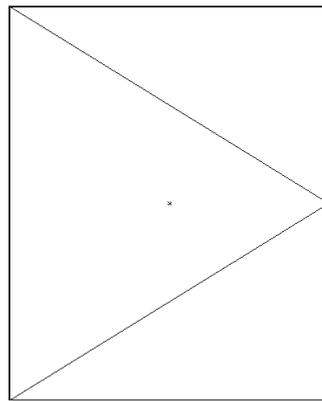
Página Master 19



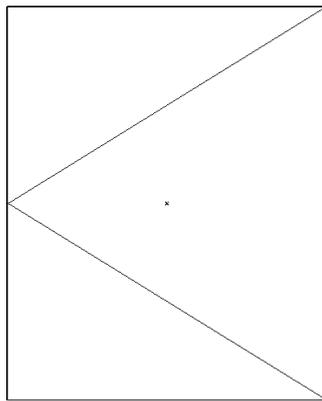
Página Master 20



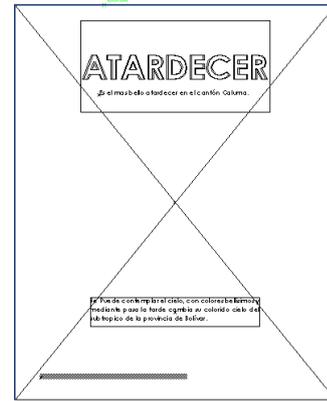
Página Master 21



Página Master 22



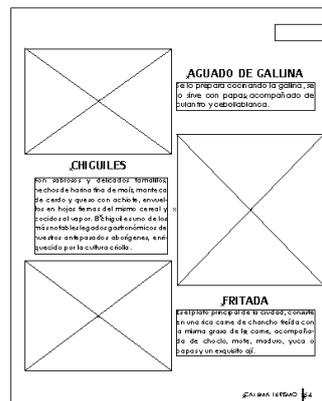
Página Master 23



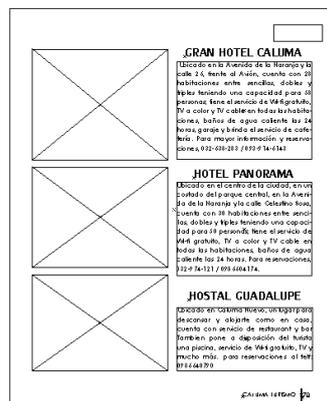
Página Master 24



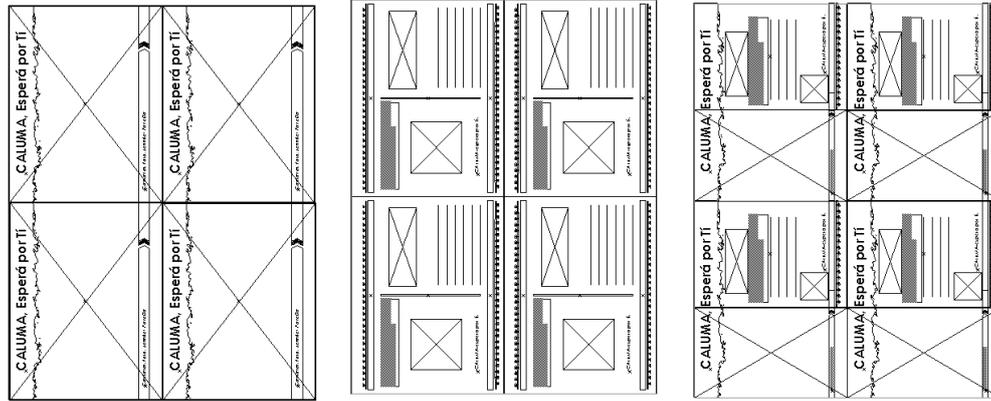
Página Master 25



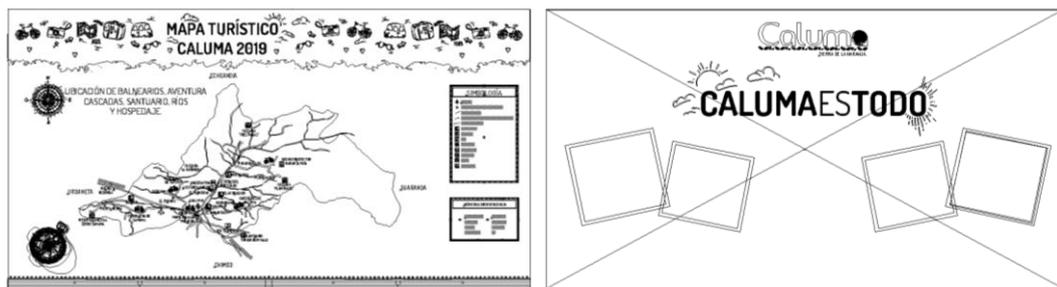
Página Master 26



Página Master 27



### Página Master Postales



### Página Master Mapa

#### 5.05.05 Diagramación

Al hablar de la diagramación de la revista se dice que este consta de cajas de texto, párrafos, letras capitales, el logotipo y la respectiva ubicación de imágenes fotografías las mismas que estarán adjuntadas la introducción, sitio y ubicación de cada sitio turístico para que los turistas nacionales tengan una mayor satisfacción.

Una buena diagramación de la revista es lo que hace que una persona se interese en el producto, la misma que debe constar de textos claros, imágenes con buena resolución y sobre todo lo más importante información concisa de lo que se está difundiendo.

### 5.05.06 Imagen Corporativa

La imagen corporativa se realizó con colores representativos del lugar como son diferentes tonos de café, verde olivo, naranja, y blanco. Como un símbolo representativo se creó una naranja, este es uno de los productos más sobresaliente en el Cantón Caluma mismo que se encuentra dentro de un icono de ubicación pretendiendo dar como significado que este es uno de los lugares más productores de naranja a nivel nacional, el icono de ubicación en la forma paralela en la que se encuentra hace referencia a la letra “A” es por esto que se forma la palabra CALUMA.

El color café significa la gran variedad de recursos naturales y agrícolas que tiene la zona, el color naranja en sus diferentes gamas, está relacionado al clima a la productividad de sus tierras y a su gastronomía.

En la parte inferior se colocó varias mazorcas de cacao en sus diferentes etapas como representación de los productos agrícolas y sobre todo que Caluma es un lugar de exportación de cacao fino de aroma.

En lo que se refiere a la utilización de tipografías, se hizo uso de una fuente llamada “Amerika Sans” cuya letra es perteneciente a la familia de palo seco lo que conlleva una mayor legibilidad del logotipo. El slogan que se usó para el logotipo es “Tierra de la Naranja” que a simple vista da a conocer que es una tierra fructífera en el cultivo de naranja, la fuente usada es “Dosis” la misma que representa sencillez y hace un perfecto contraste con el logotipo



*Figura 20: Logotipo del Cantón Caluma.*

*Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.*

### 5.05.06.01 Estructura del Isotipo

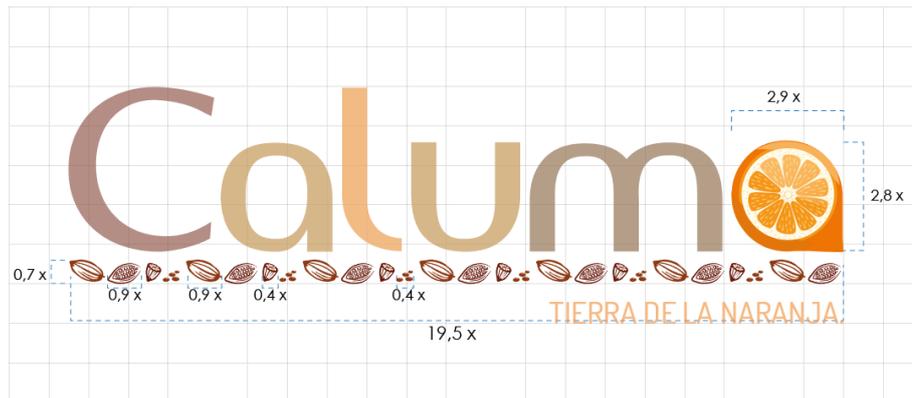


Figura 21: Estructura del Isotipo.  
Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.

### 5.05.06.02 Estructura Tipográfica

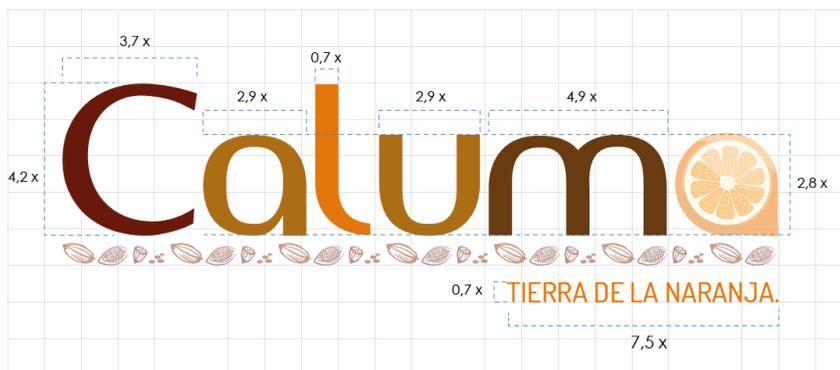


Figura 22: Estructura Tipográfica.  
Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.

### 5.05.06.03 Estructura General del Logotipo

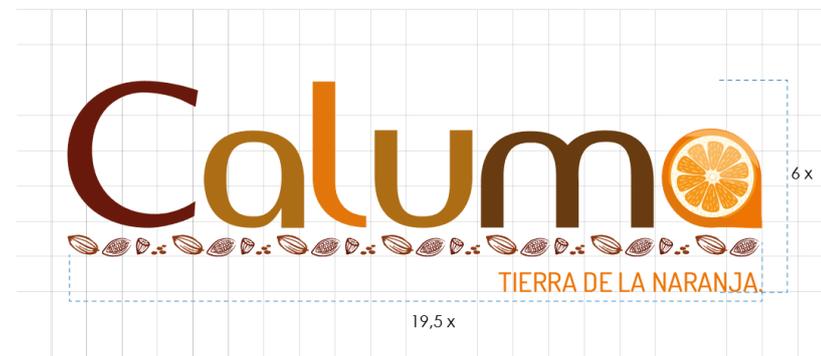


Figura 23: Estructura general del logotipo.  
Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.

#### 5.05.06.04 Colores Corporativos



Figura 24: Colores Corporativos.

Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.

### 5.05.07 Portada

En la siguiente imagen se puede ver la portada de la revista turística, la misma que contiene una imagen que resalta la naturaleza que existe en el Cantón Caluma, en la parte superior tiene rasgos color naranja haciendo referencia a que es denominada “tierra de la naranja” que hacen similitud a un mapa, mismo que en la mitad consta de su respectivo logotipo.



Figura 25: Portada de la revista del Cantón Caluma, 2019.

Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.

### 5.05.07.01 Contraportada

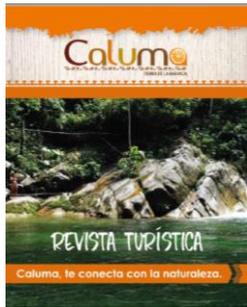
La figura a continuación es la contraportada de la revista turística, esta tiene distintivos cuadros de color naranja con tonos en transparencia y de fondo tiene una imagen de textura madera, también posee imágenes sobre lo que es fauna, aventura, artesanías, atractivos turísticos y gastronomía del lugar, en la parte central consta de un código QR que al escanear enlaza al Fan Page.



*Figura 26: Contraportada de la revista del Cantón Caluma, 2019  
Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.*

## 5.05.08 Maquetación

### REVISTA



Contraportada



Página 1 y Página 2



Página 3 y Página 4



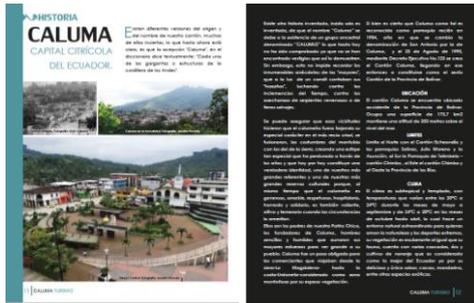
Página 5 y Página 6



Página 7 y Página 8 plegable



Página 9 plegable y Página 10



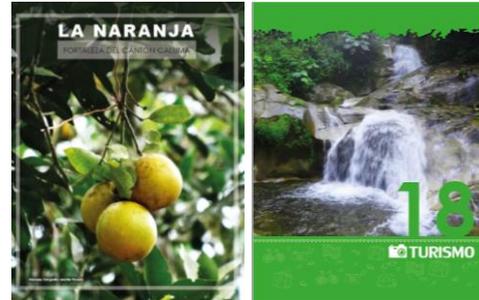
Página 11 y Página 12



Página 13 y Página 14



Página 15 y Página 16



Página 17 y Página 18



Página 19 y Página 20



Página 21 y Página 22



Página 23 y Página 24



Página 25 y Página 26



Página 27 y Página 28



Página 29 y Página 30



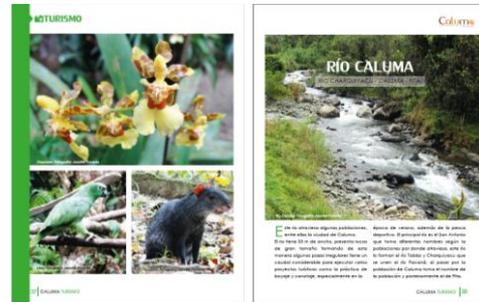
Página 31 y Página 32



Página 33 y Página 34



Página 35 y Página 36



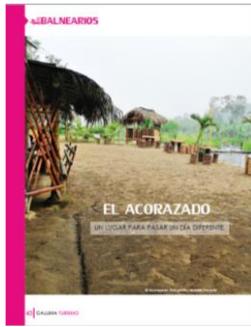
Página 37 y Página 38



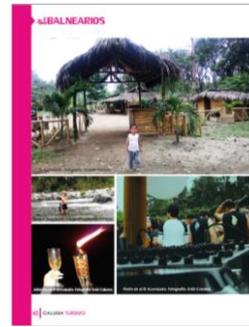
Página 39 y Página 40



Página 41 y Página 42



Página 43 y Página 44



Página 45 y Página 46



Página 47 y Página 48



Página 49 y Página 50



Página 51 y Página 52



Página 53 y Página 54



Página 55 y Página 56



Página 57 y Página 58



Página 59 y Página 60



Página 61 y Página 62



Página 63 y Página 64



Página 65 y Página 66



Página 67 y Página 68



Página 69 y Página 70



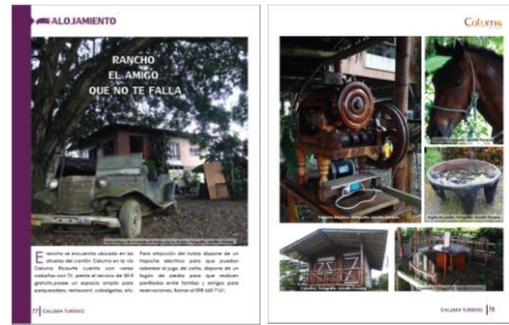
Página 71 y Página 72



Página 73 y Página 74



Página 75 y Página 76



Página 77 y Página 78



Página 79 y Página 80



Página 81 y Página 82



Página 83

Contraportada

**MAPA**



Tiro

Retiro

## POSTALES



## MAPA PARA EL TURISTA



### 5.05.09 Pre – Prensa

Las medidas de la revista son: 28 cm de alto y 20 cm de ancho. Su impresión se llevará a cabo en papel couche brillante, las paginas internas serán impresas en couche de 150 gramos. Solo la portada y contraportada ira impreso en couche de 250 gramos y con laminado Mate, su impresión la realizare en una Impresora Xerox Olympia que funciona a base de tóner.

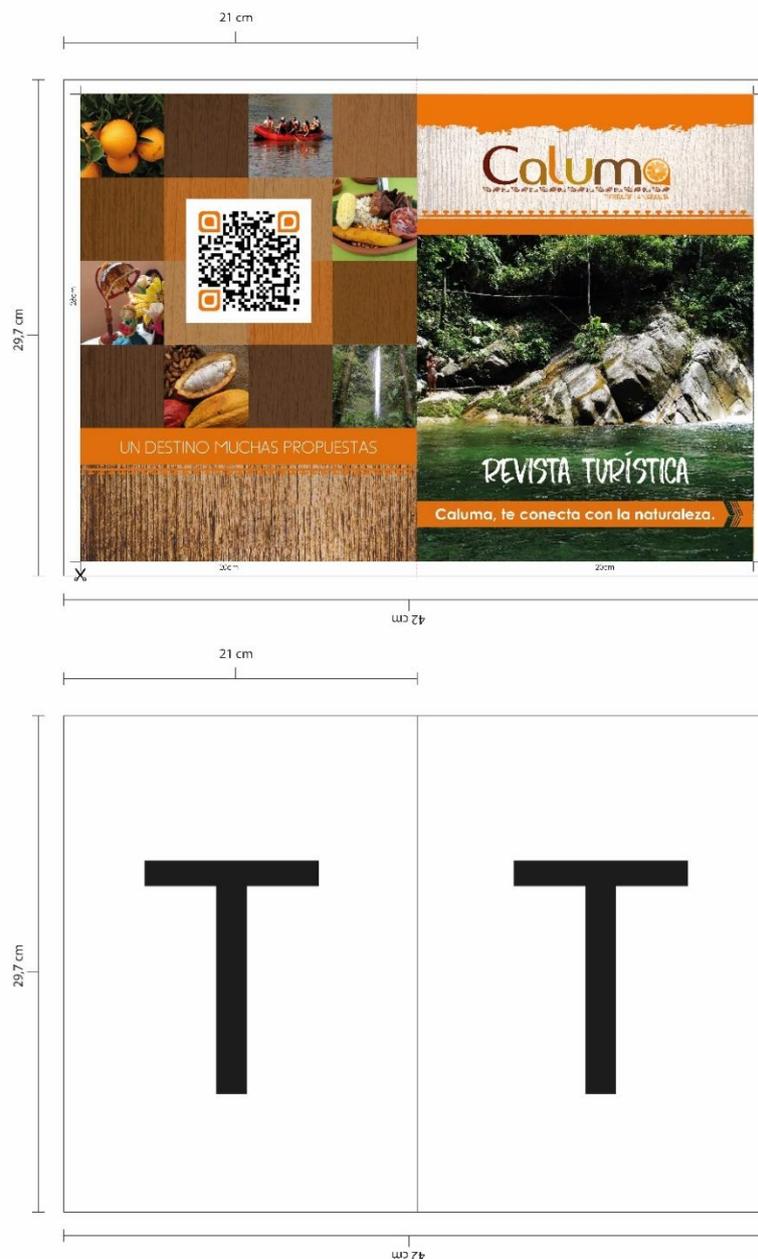


Figura 27: Pre-prensa.

Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.

---

### 5.05.09 Prensa

La impresión de la revista se llevará a cabo en una Impresora Xerox Olympia ya que es una muy buena alternativa para impresión de bajo volumen, debido a su tamaño si imprimimos en otro equipo existirá gran pérdida de material, además esta máquina tiene la capacidad de imprimir en muy buena calidad.

### 5.05.11 Post prensa

Para la culminación de la revista se usará un encuadernado para evitar roturas, el mismo que estará con terminados gráficos ya vistos con anterioridad como son laminado mate en sus portadas y con UV selectivo en lo que es el logotipo y así darle un toque de elegancia y que este sea más sofisticado, en lo referente al interior de la revista contendrá un plegable y postales desprendibles.

### 5.06 Marketing y Difusión

Mediante la elaboración de la revista se la realizó tomando en cuenta al Grupo Objetivo que son turistas nacionales de (18 a 40 años) de una clase económica media y alta, con género masculino y femenino. Para lo cual se realizará una campaña publicitaria, la misma que corresponde de medios principales, medios secundarios y medios auxiliares para la difusión de los atractivos turísticos existentes en Caluma.

#### **Problemas Comunicacionales.**

**Información.** Escasa información sobre la revista turística del Cantón Caluma.

**Persuasión.** El grupo al que se está dirigiendo puede que no esté convencido con la información y los beneficios que brinda la revista.

**Posicionamiento.** El posicionamiento en la mente del grupo objetivo (18 a 40 años) es un tanto nulo ya que al ser una revista sin promoción publicitaria no alcanza a posicionarse.

**Mantenimiento.** El grupo objetivo no conoce la imagen de la revista turística ni lo que se está promocionando y debido a esto no alcanza a posicionarse.

### **Objetivos Publicitarios.**

#### **Información**

Informar sobre la revista turística, mediante la elaboración de un afiche publicitario con código QR (código de enlace al Fan Page) el afiche debe ser atractivo para llamar la atención del grupo objetivo.

- Afiche

#### **Persuasión**

Resaltar los principales beneficios de la revista del Cantón Caluma, como información actualizada, segura y rápida, fácil de usar, etc.

- Flyer

#### **Posicionamiento**

Aumentar el uso del producto por parte del grupo objetivo, recordando los beneficios que propone la revista para con los turistas.

- Fan page
- Roll up

#### **Mantenimiento**

Recordar al grupo objetivo sobre la revista que se está promocionando.

- Material POP.

### **ESTRATEGIA CREATIVA**

**Beneficio racional:** seguridad

**Mensaje básico:** Una revista con información segura para los turistas.

**Tono:** Competitivo

**Estilo:** Informal

**Insight:** revista Caluma te hará vivir grandes experiencias

**Reason why**

**Mensaje básico.** Revista Caluma te hará viajar, trata de decirnos que en esta revista encontraras información actualizada y que seguramente te hará visitar la variedad de atractivos turísticos que tiene Caluma. **Tono.** Se usó un tono competitivo porque al ser una revista para promocionar atractivos turísticos esta ya tiene una alta competencia en el mercado con otros lugares.

**Estilo.** La revista mantiene un estilo informal ya que a pesar de manejar un público de clase media y alta hay que tomar en cuenta que con ellos están niños, y por otro lado se maneja un estilo formal por la información que se va a encontrar distribuida en la revista.

**Insight.** Revista Caluma, seguro te hará viajar, hace referencia a que llenara las expectativas del público objetivo.

**Eje de campaña.** Caluma te espera.

**Slogan.** “Caluma, Espera por ti.”

### **5.06.01 Estrategia de Marketing**

#### **Marketing Directo**

**Estrategia:** Distribuir la revista turística en las agencias de turismo con más afluencia de turistas.

**Objetivo:** Elevar el índice de turistas en el Cantón Caluma mediante una revista turística.

**Acción:** Investigar cuales son las agencias de turismo con más afluencia de turistas en el norte de Quito.

Distribuir afiches, flyers y material POP para promocionar la revista.

Distribuir la revista conjuntamente en 4 agencias de turismo de Quito.

## MEDIOS PRINCIPALES

### Flyer

El flyer mantiene una medida de 11cm x 16cm y será impreso en couche de 150gr.



*Figura 28: Flyer.*

*Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.*

## Afiche

El Afiche mantiene una medida de 29,7 cm x 42cm y será impreso en couche de 250gr.



Figura 29: Afiche.

Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.

## MEDIOS SECUNDARIOS

### Fan page

Para la publicidad del Fan Page se tomó en cuenta al logotipo como foto de perfil con una medida de 180 x 180px y para foto de portada se realizó la publicidad promocionando la revista con una medida de 851 x 315px.



Figura 30: Fan Page.

Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.



Figura 311: Postales de Caluma.  
Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.



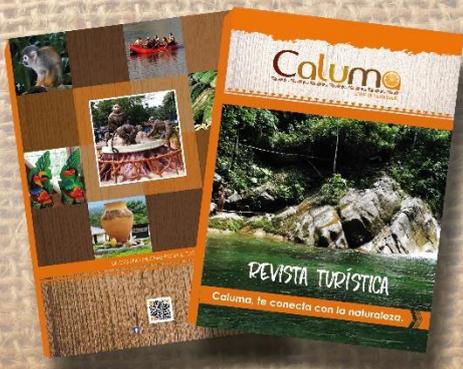
Figura 32: Postales de Caluma.  
Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.

# REVISTA TURÍSTICA de CALUMA

## Calumo

TIERRA DE LA NARANJA.

- Información actualizada
- Fácil de Usar
- Seguro.



**CALUMA, ESPERA POR TÍ**

Figura 33: Publicidad de la Revista de Caluma, 2019.  
Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.

# MATERIAL PROMOCIONAL de CALUMA

## Calumo

TIERRA DE LA NARANJA.

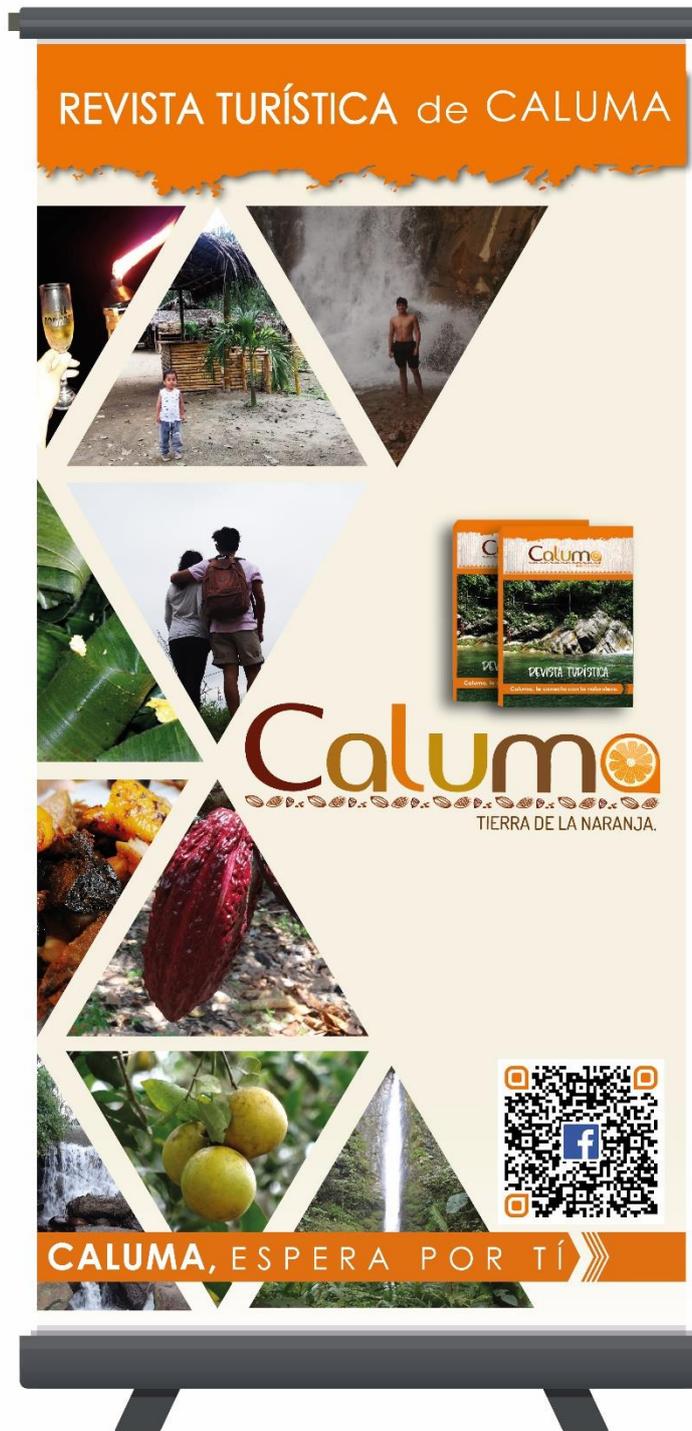


**CALUMA, ESPERÁ POR TÍ.**

Figura 34: Material Publicitario de Caluma, 2019  
Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.

## Roll up

El Roll Up se elaboró en una medida de 80cm x 180cm y será impreso en lona.



*Figura 35: Roll Up de Caluma, 2019.*

*Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.*

## MEDIOS AUXILIARES

### Material POP



*Figura 36: Botones Publicitarios.*

*Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.*



*Figura 37: Esferos Publicitarios.*

*Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.*



*Figura 38: Tasas Publicitarias*

*Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.*



*Figura 39: Llaveros Publicitarios.*

*Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.*

### 5.06.02. F.O.D.A

Tabla 19: Matriz F.O.D.A.

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aceptación por los turistas</li> <li>- Información concisa</li> <li>- Buena estructuración de la revista</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Un método novedoso para el turista</li> <li>-Brinda confianza a los turistas</li> <li>-Genera estética e impacto visual</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Pocas visitas de los turistas a las agencias de viajes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Existen varias revistas promocionando lugares turísticos</li> </ul>

*Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.*

### 5.06.03. Segmentación de Mercado

**Ubicación.** Quito (turistas nacionales)

**Edad.**18-40 Años

**Género.** Femenino- Masculino

**Nivel Socioeconómico.** Clase media

**Estrato Social.** Medio y Medio alto.

El mercado objetivo se refiere a turistas nacionales ya que muchas veces los ecuatorianos no conocen todos los lugares de turismo natural que posee el Ecuador y este el motivo para la difusión debido a que en tantos casos llega un fin de semana, llega un feriado y no saben a dónde viajar, lo que tiene como finalidad este proyecto

es mantener a los turistas nacionales bien informados sobre los atractivos de Caluma, para la conservación y valorización.

#### **5.06.04. Canales de marketing**

Como canales de marketing se escogió un fan page ya que el mundo de la tecnología y el internet se ha vuelto inseparable para el ser humano, por medio del mismo se pretende mostrar los lugares y atractivos con los que cuenta Caluma, cada post cuenta con su respectiva información dando a conocer las maravillas que puede ofrecer la zona.

#### **Los objetivos planteados para alcanzar en los canales de marketing son:**

Se pretende tener un gran alcance por este medio y una cantidad entre 60 a 80 seguidores y 100 interacciones en el transcurso del primer mes, alcanzar 20 me gusta en cada publicación de los post, llegando de esta forma a cubrir las expectativas del público objetivo y satisfacer las necesidades de los turistas con información 100% precisa.

#### **Determinar objetivos a alcanzar**

Incrementar el nivel de visitas en el fan page al igual que seguidores, con el fin de dar a conocer la existencia de la revista de tal manera que mantenga a Caluma posicionada como sitio turístico.

#### **Tácticas de Marketing**

Las tácticas a manejar serán desarrollar publicaciones para Facebook como son los post, promocionar el material P.O.P las mismas que contendrán información de la revista en lo que se realizarán de 2 publicaciones semanales con el fin de posesionar a la revista como medio de información claro y preciso para incrementar de este modo la afluencia turística del cantón Caluma.

## Flow Chart

Se establece el costo que se ha presentado mediante la creación de los artes que se van a disponer para la promoción de la revista sobre los atractivos del Cantón Caluma.

Tabla 20: Flow Chart.

FLOW CHART		
MEDIO	SOPORTES	INVERSIÓN SOPORTE
MEDIOS PRINCIPALES	FLYER	\$ 3,00
	AFICHE	\$ 5,00
TOTAL INVERSIÓN MEDIOS PRINCIPALES		US\$ 8,00
MEDIOS SECUNDARIOS	FAN PAGE	\$ 50,00
	ROLL UP	\$ 55,00
TOTAL INVERSIÓN MEDIOS SECUNDARIOS		US\$ 105,00
MEDIOS AUXILIARES	BOTONES	\$ 5,00
	ESFEROS	\$ 5,00
	TASAS	\$ 25,00
	LLAVEROS	\$ 8,00
TOTAL INVERSIÓN MEDIOS AUXILIARES		US\$ 43,00
<b>TOTAL CAMPAÑA</b>		<b>US\$ 156,00</b>

Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.

### 5.06.05. Responsables de las tareas de marketing

Como responsable en lo que es afiche, flyer, material P.O.P., roll up, fan page y los post que se publicaran es la misma autora del proyecto Jennifer Poveda, las mismas que mantendrán línea grafica e información clara de lo que se está promocionando.

### 5.06.06. Estrategias de Difusión

Se colocara a la revista en 4 empresas turísticas de la ciudad de Quito, de tal manera que si desean saber más sobre el producto puedan escanear el código QR con la finalidad de obtener más información.

## CAPÍTULO VI

### Aspectos Administrativos

#### 6.01. Recursos

##### 6.01.01. Técnicos – Tecnológico

**Microsoft Word**, en este programa se recopiló toda la información seleccionada para la revista.

**Microsoft PowerPoint**, aquí se hizo los respectivos cálculos de presupuestos y pasteles del porcentaje de las encuestas.

**Cámara Fotográfica**, esta herramienta se usó para la toma de fotografías que se incluirán en la revista.

**Adobe Ilustrador CC6**, mediante este programa se elaborará la respectiva diagramación, logotipo, afiches, flyer, etc. Que se utilizarán para la elaboración de la revista.

**Adobe Photoshop CC6**, este programa se hará uso para lo que es retoque fotográfico y efectos que se quiera colocar a las fotografías ya obtenidas anteriormente.

**Adobe Indesign CC6**, con este programa se realizará el diseño, maquetación, y diagramación de la revista.

**Hardware**, para la elaboración de la revista se contó con estos programas y a la vez se utilizó una PC (laptop) DELL Inspiron 12

Edición de Windows: Windows 10

---

Procesador: Intel® Core™ i7-5500U / Tarjeta NVIDIA® GeForce® 920M 4GB  
Graphics

Memoria (RAM): 8GB / 1TB Hard Drive.

### **6.01.02. Humano**

Para la elaboración de este proyecto se contó con varios factores humanos como: investigador, docentes, personal administrativo y de servicios, fotógrafo, redactor, diseñador.

Investigador y diseñador: Jennifer Poveda.

Tutor: Ing. Gabriela Hurtado

Lector: Ing. Verónica Casares

### **6.01.03. Económico**

En cuanto al recurso económico este ha estado sujeto totalmente por la autora del proyecto (Jennifer Poveda).

## 6.02. Presupuesto

### 6.02.01. Gastos Operativos

Tabla 21: Gastos Operativos.

	Valor		Financiación			
	Valor Unitario	Cantidad	Universidad	Empresa	Estudiante	Total
<b>1. Bibliografía</b>						
a) textos	\$0.00	0			X	\$0
b) Fotocopias.	\$0,05	500			X	\$25,00
c) Internet.	33,00	1			X	\$33,00
d) Normas	\$0.00	40			X	\$0
e) Otros	\$0.30	100			X	\$30,00
<b>2. Experimentación</b>						
a) Laboratorios y equipos Nuevos.	\$0.00	0				\$0
b) Ensayos contratados: (pruebas, análisis).	\$0.00	0				\$0
c) Costo de uso de Laboratorios.	\$0.00	0				\$0
<b>3. Viajes y viáticos</b>						
a) Pasajes.	\$30.00	3			X	\$90
b) Viáticos.	\$180.00	3			X	\$540
c) Seguros.	\$0.00	0				\$0
<b>4. Análisis y manejo de información</b>						
a) Computador.	\$300	1			X	\$300
b) Cámara.	\$200	1			X	\$200
c) Software especializado.	\$5.00	5			X	\$25
d) Asesoría especializada.	\$0.00	0				0
<b>5. Documento final</b>						
a) Digitación.	\$0.00	0			X	0
b) Software especializado.	\$5.00	3			X	\$15
c) Impresión.	\$0.10	1000			X	\$100
d) Impresión de CD	\$1.00	3			X	\$3.00
e) Empastes.	\$7.00	2			X	\$14
Otros... (Planos, Fotografías...).	\$1.50	5			X	\$7,50
<b>6. Costos personal</b>						
a) Director.	\$0.00	0				\$0
b) Codirector.	\$0.00	0				\$0
c) Asesoría.	\$0.00	0				\$0
d) Elaboración.	\$30.00	5			X	\$150
Evaluación (Propuesta, Proyecto terminado).	\$15.00	2			X	\$30
g) Otros.	\$50.00	1			X	\$50.00

Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.

## 6.02.02 Aplicación del Proyecto

Tabla 22: Aplicación del Proyecto.

	Valor		Financiación			
	Valor Unitario	Cantidad	Universidad	Empresa	Estudiante	Total
<b>1. Bibliografía</b>						
a) Impresión flyer	\$0,60	5			X	\$3,00
b) Impresión afiche	\$1,00	5			X	\$5,00
c) Fan Page.	\$50,00	1			X	\$50,00
d) Roll up.	\$55,00	1			X	\$55,00
e) Botones publicitarios	\$1,00	5			X	\$5,00
f) Esferos publicitarios	\$1,00	5			X	\$5,00
g) Tasas publicitarias	\$5,00	5			X	\$25,00
h) Llaveros publicitarios	\$1,60	5			X	\$8,00
<b>2. Revista</b>						
a) Impresión revista 70 pag. x 0.40 c/u	\$28,00	5			X	\$140,00
b) Acabados Graficos	\$5,00	5			X	\$25,00
b) Encuadernado.	\$8,00	5			X	\$40,00
c) Impresión Mapa.	\$5,00	5			X	\$25,00
d) Distribución en agencias.	\$2,00	4			X	\$8,00
<b>3. Mano de obra</b>						
Mano de obra	\$200,00	-			X	\$200,00
Costos indirectos de fabricación	\$150,00	-			X	\$150,00
<b>TOTAL</b>						<b>\$744,00</b>

Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.

### 6.03. Cronograma

En el siguiente cuadro se puede evidenciar paso a paso de como se ha ido culminando con la elaboración de este proyecto quien ha sido el responsable y cronológicamente se puede notar que el proyecto está totalmente culminado en el tiempo establecido.

*Tabla 23: Cronograma*

N.	Actividad	Resp.	Tiempo				Resultados Esperados	
			MES	Semana				
1	Antecedentes	Jennifer	Octubre		X	X	Definir información para la redacción de la revista.	
2	Análisis de Involucrados	Jennifer	Noviembre			X	Elegir al grupo de personas o entidades que ayudaran para el desarrollo del proyecto.	
3	Problemas y Objetivos	Jennifer	Noviembre	X			Definir cuáles son los problemas, objetivos y componentes.	
4	Análisis de Alternativas	Jennifer	Diciembre	X			Definir las alternativas que constan en el proyecto.	
5	La Propuesta	Jennifer	Enero		X		Presentar la diagramación de la revista y sus respectivas publicidades que promocionara a la misma.	
6	Aspectos Administrativos	Jennifer	Febrero			X	Implementar a la tesis cuales fueros los ingresos y gastos para la realización de la revista	
7	Conclusiones y Recomendaciones	Jennifer	Marzo			X	X	Mencionar conclusiones y recomendaciones para el uso de la revista turística.

*Elaborado por: Jennifer Poveda, 2019.*

## CAPÍTULO VII

### Conclusiones y Recomendaciones

#### 7.01. Conclusiones

Habiéndose finalizado con la elaboración de este proyecto y teniendo como resultado la realización de la revista turística más las guías anexadas de San Juan de los Dos Ríos queda totalmente culminado dicho proyecto el mismo que se detalla a continuación las siguientes conclusiones.

1. La revista turística ayudara a conservar y valorizar los atractivos turísticos del cantón Caluma.
2. Los turistas estarán ya informados acerca de la ubicación y los lugares turísticos existentes en Caluma
3. Los ingresos por el turismo tendrán un incremento, lo cual traerá mucho beneficio para todas las familias de Caluma.
4. Por medio de la revista turística se podrá conocer todos los atractivos turísticos que ofrece el cantón Caluma.
5. La revista turística tendrá un impacto muy positivo en la zona de Caluma.
6. Se ha obtenido la existencia de material para la difusión mediante el proyecto realizado.
7. Se ha incrementada el interés turístico por parte de las autoridades del Cantón Caluma a través del desarrollo de la revista
8. Se ha logrado unos correctos métodos de difusión y promoción publicitaria de la revista.
9. El proyecto también influirá a practicar el turismo dentro de nuestro país

---

## 7.02. Recomendaciones

Con la elaboración de la revista turística más las guías anexadas de San Juan de los Dos Ríos se detalla las siguientes recomendaciones a tomar en cuenta para la utilización de la misma, para su mayor conservación y vida útil.

1. Difundir la revista turística para que llegue a mayor cantidad de personas
2. La zona de Caluma debe invertir en publicidad.
3. Los pobladores del sector deben incentivar a los turistas para que visiten Caluma.
4. Invertir en una revista turística es muy importante, tanto para el país como para los miembros de la comunidad debido a que estos contribuyen a mejorar las condiciones de vida de todos sus habitantes de la zona de Caluma, ubicada en la Provincia de Bolívar
5. La creación de la revista turística será de mucho beneficio para el desarrollo y progreso económico y turístico de Caluma.
6. A través de la revista turística se invita a los turistas nacionales y extranjeros para que visiten Caluma, ubicada en la Provincia de Bolívar, la cual encierra un mundo mágico lleno de belleza natural, cultural, tradiciones y costumbres, las mismas que la gente desconoce pero que está al alcance de todos.
7. La revista turística a través de sus páginas llenas de color y vida informará de forma periódica toda la información sobre Caluma
8. La revista turística debe ser impresa anualmente, con la finalidad de actualizar la información y vender mejores servicios a los turistas.

## Bibliografía

- Alejandro, L. (Abril de 2015, p. 5). ELABORACIÓN DE UN FOTOLIBRO PARA DAR A CONOCER LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS TURÍSTICOS MÁS IMPORTANTES, PARA ASÍ PODER FOMENTAR EL DESARROLLO ECONÓMICO DE LA CIUDAD DEL TENA UBICADA EN LA PROVINCIA DEL NAPO. Tena, NAPO, Ecuador.
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2004). *El Marco Lógico para el Diseño de Proyectos*. Washington, DC.
- Cheng, K. (2009, p. 11). *Universidad Palermo*. Obtenido de Taller del diseño editorial: [http://www.palermo.edu/dyc/encuentro-virtual/pdf/ghinaglia\\_daniel.pdf](http://www.palermo.edu/dyc/encuentro-virtual/pdf/ghinaglia_daniel.pdf)
- Creativos. (2014). *Creativos Online*. Obtenido de <https://www.creativosonline.org/blog/disenio-editorial-tipos-de-sistemas-reticulares.html>
- Daniel. (2009, p. 3). *Universidad Palermo*. Obtenido de Entre corondeles y Tipos: [http://www.palermo.edu/dyc/encuentro-virtual/pdf/ghinaglia\\_daniel.pdf](http://www.palermo.edu/dyc/encuentro-virtual/pdf/ghinaglia_daniel.pdf)
- Daniel. (2009, p. 9). *Entre corondeles y Tipos*. Obtenido de [https://www.palermo.edu/dyc/encuentro-virtual/pdf/ghinaglia\\_daniel.pdf](https://www.palermo.edu/dyc/encuentro-virtual/pdf/ghinaglia_daniel.pdf)
- Design, G. T. (21 de Diciembre de 2016). *Principales Tendencias en Diseño Gráfico para 2017*. Obtenido de <http://gtechdesign.net/es/blog/tendencias-en-disenio-grafico-2017>

---

ECURED. (2017). *ECURED*. Obtenido de

[https://www.ecured.cu/Cant%C3%B3n\\_Caluma\\_\(Ecuador\)](https://www.ecured.cu/Cant%C3%B3n_Caluma_(Ecuador))

GAD Municipal de Caluma. (1 de Junio de 2011). *GAD Municipal de Caluma*.

Obtenido de GAD Municipal de Caluma:

<https://www.caluma.gob.ec/index.php/caluma>

Ghinaglia, D. (2009, Pág 3.). *Entre corondeles y Tipos*. Obtenido de TALLER DE

DISEÑO EDITORIAL: [http://www.palermo.edu/dyc/encuentro-virtual/pdf/ghinaglia\\_daniel.pdf](http://www.palermo.edu/dyc/encuentro-virtual/pdf/ghinaglia_daniel.pdf)

Gisella, A. (2012, p. 4). PROMOCION TURISTICA DEL BALNEARIO DE

BANCHAL PARROQUIA CASCOL CANTON PAJAN PROVINCIA DE  
MANABI. PAJAN, MANABI, ECUADOR.

GoogleMaps. (2015). <https://www.google.com.ec/maps>. Obtenido de

<https://www.google.com.ec/maps/place/Ecuador/@-1.6847092,-79.6515208,6z/data=!4m5!3m4!1s0x902387dda89a4bd5:0x9d76af04119c3702!8m2!3d-1.831239!4d-78.183406>

Gráfico, D. (2012). *Diseño Gráfico*. Obtenido de Diseño Gráfico:

<http://disenograficoiut.blogspot.com/2012/02/diagramacion.html>

INEC. (2010). *Instituto Ecuatoriano de Estadística y Censo*. Obtenido de Instituto

Ecuatoriano de Estadística y Censo:

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/resultados/>

María, F. S. (07 de Mayo de 2014). *Diseño Editorial – Definición y Etapas*. Obtenido

de <http://www.staffcreativa.pe/blog/disen-editorial-definicion/>

- Marina, Q. (2013, p. 3). *CREACION DE UNA REVISTA INFORMATIVA TURISTICA PARA LA PARROQUIA LA MERCED*. Parroquia La merced, Pichincha, Ecuador.
- Peredo, Á. (04 de agosto de 2011). *Galerna Estudio*. Obtenido de <http://galernaestudio.com/color-elemento-disenio-graficoi/>
- Romero, E. (6 de Febrero de 2015). *¿Qué es Indesign y para qué sirve?* Obtenido de <https://revistadigital.inesem.es/disenio-y-artes-graficas/que-es-indesign-y-para-que-sirve/>
- Senplades. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Quito: Senplades.
- Senplades. (2017). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Obtenido de <http://www.planificacion.gob.ec/>
- Senplades. (2017, Pag. 64.). *Plan Nacional de Desarrollo 2017 – 2021 Toda una Vida*. Obtenido de <http://www.planificacion.gob.ec/>
- vertical, T. (16 de Enero de 2011). *Diseño Editorial*. Obtenido de <http://peracascaraverde.blogspot.com/2011/01/formatos-estandares-de-papel.html>
- Yamba, M. (1 de Junio de 2015). *Recorrido virtual en 3D para el Centro de Arte Contemporáneo de Quito. (Tesis de grado)*. Cuenca: Universidad del Azuay.
- Yamba-Yugsi, M., & Luján-Mora, S. (2017). Cursos MOOC: factores que disminuyen el abandono en los participantes. *Enfoque UTE*, 8(1), 1-15.



**GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO  
MUNICIPAL DEL CANTÓN CALUMA**



Caluma, 8 – mayo – 2019  
**OFICIO-GADMCC-A-131-2019-APL**

Señora  
Jennifer Marcela Poveda Peña  
Ciudad.-

De mi consideración:

En atención a oficio s/n, de 8 de mayo de 2019, mediante el cual como estudiante del sexto nivel de la carrera de Diseño Gráfico del Instituto Tecnológico Superior Cordillera, solicita una carta aval para recolectar información y tomar fotografías de los atractivos turísticos del cantón Caluma, extiendo mi autorización a fin de que proceda con lo requerido y desarrolle su proyecto de titulación denominado "CREACIÓN DE UNA REVISTA INFORMATIVA TURÍSTICA DE LOS ATRACTIVOS DEL CANTÓN CALUMA, UBICADO EN LA PROVINCIA BOLÍVAR".

Atentamente,

Sr. Ángel Pachala  
**ALCALDE DEL CANTÓN CALUMA**





## Urkund Analysis Result

Analysed Document: Jennifer Marcela Poveda Peña.pdf (D51140417)  
Submitted: 4/26/2019 6:32:00 PM  
Submitted By: marcelitass18@gmail.com  
Significance: 5 %

### Sources included in the report:

proyecto tesis 2015 imprimir.docx (D17581457)  
urkund\_mantilla\_karen\_diseño\_año\_2017.pdf (D30341697)  
Proyecto- Milton Cando.pdf (D43247364)  
Tesis David Ramos.pdf (D15702357)  
<https://docplayer.es/85629371-Universidad-de-guayaquil-facultad-de-comunicacion-social-carrera-de-turismo-y-hoteleria.html>  
<https://www.turistiandoecuador.com/ciudad/caluma-ecuador>

### Instances where selected sources appear:

11



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA									
BITÁCORA PARA EL CONTROL DE PROYECTOS DE TITULACIÓN									
NOMBRE TUTOR: FURBATO TRONCA, GABRIELA / PENSANDA									
NOMBRE ESTUDIANTE: POMEDA PEÑA, HANNEBER MARCELA									
CARRERA: DISEÑO GRÁFICO									
TEMA DE TITULACIÓN: CREACIÓN DE UNA REVISTA INFORMATIVA TURÍSTICA DE LOS ATRACTIVOS DEL CANTÓN CALUMA UBICADA EN LA PROVINCIA DE BOLÍVAR.									
IMPRESIÓN REPORTE: Quito, 06 de mayo del 2019 11:27:28									
TIPO REPORTE: ACUMULATIVO									
MODALIDAD: INVESTIGACIÓN DESARROLLO INNOVACION									
NO. CODIGO	FECHA TUTORIA	TIPO ASESORIA	HORA INICIO	TEMA TRATADO	PERIODO:			OBSERVACION	ESTADO SC
					HORA FIN	HORAS	OCT 2018 MAR 2019		
1	164744	2018-11-26	INSITU	2018-11-26 19:30:00	ANTECEDENTES / CONTEXTO	2018-11-26 21:00:00	1:50	SE PRESENTA PARA SU PRIMERA TUTORIA, SE ENVA A DESARROLLAR CONTEXTO	PROCESADO
2	164745	2018-11-27	AUTONOMA	2018-11-27 10:00:00	ANTECEDENTES / CONTEXTO	2018-12-03 21:00:00	10:00	SE DESARROLLA CONTEXTO	PROCESADO
3	164746	2018-12-03	INSITU	2018-12-03 19:30:00	ANTECEDENTES / JUSTIFICACION	2018-12-03 21:00:00	1:50	SE REVISAN CONTEXTO Y SE ENVA A DESARROLLAR JUSTIFICACION	PROCESADO
4	164747	2018-12-04	AUTONOMA	2018-12-04 10:00:00	ANTECEDENTES / JUSTIFICACION	2018-12-04 20:00:00	10:00	SE REVISAN JUSTIFICACION DEL PROYECTO	PROCESADO
5	164748	2018-12-10	INSITU	2018-12-10 19:30:00	ANTECEDENTES / DEFINICION DEL PROBLEMA CENTRAL (MATRIZ T)	2018-12-10 21:00:00	1:50	SE REVISAN JUSTIFICACION DEL PROYECTO CORRECCIONES Y SE ENVA A DESARROLLAR MATRIZ T	PROCESADO
6	164749	2018-12-11	AUTONOMA	2018-12-11 10:00:00	ANTECEDENTES / DEFINICION DEL PROBLEMA CENTRAL (MATRIZ T)	2018-12-11 20:00:00	10:00	SE DESARROLLA MATRIZ T	PROCESADO
7	164750	2018-12-17	INSITU	2018-12-17 19:30:00	MAPA DE INVOLUCRADOS	2018-12-17 21:00:00	1:50	SE REVISAN MATRIZ T, SE ENVA A REALIZAR MAPA DE INVOLUCRADOS	PROCESADO
8	164751	2018-12-18	AUTONOMA	2018-12-18 10:00:00	ANALISIS DE INVOLUCRADOS / MAPA DE INVOLUCRADOS	2018-12-18 20:00:00	10:00	SE REALIZA MAPA DE INVOLUCRADOS	PROCESADO
9	164752	2018-12-24	AUTONOMA	2018-12-24 10:00:00	ANALISIS DE INVOLUCRADOS / MATRIZ DE ANALISIS DE	2018-12-24 20:00:00	10:00	SE DESARROLLA MATRIZ DE ANALISIS DE INVOLUCRADOS	PROCESADO
10	164753	2018-12-31	AUTONOMA	2018-12-31 10:00:00	PROBLEMAS Y OBJETIVOS / ARBOL DE PROBLEMAS	2018-12-31 20:00:00	10:00	SE REALIZA ARBOL DE PROBLEMAS	PROCESADO
11	166018	2019-01-07	INSITU	2019-01-07 20:00:00	PROBLEMAS Y OBJETIVOS / ARBOL DE PROBLEMAS	2019-01-07 21:30:00	1:50	SE REVISAN MATRIZ T, MAPA DE INVOLUCRADOS, MATRIZ DE ANALISIS DE INVOLUCRADOS Y ARBOL DE PROBLEMAS SE ENVA A CORREGIR ARBOL DE PROBLEMAS Y A	PROCESADO
12	166019	2019-01-08	AUTONOMA	2019-01-08 10:00:00	PROBLEMAS Y OBJETIVOS / ARBOL DE OBJETIVOS	2019-01-08 20:00:00	10:00	SE REALIZAN ARBOL DE OBJETIVOS DE PROBLEMAS Y SE REALIZA ARBOL DE OBJETIVOS	PROCESADO
13	166020	2019-01-14	INSITU	2019-01-14 20:00:00	PROBLEMAS Y OBJETIVOS / ARBOL DE OBJETIVOS	2019-01-14 21:30:00	1:50	SE REVISAN ARBOL DE PROBLEMAS Y OBJETIVOS	PROCESADO
14	166021	2019-01-15	AUTONOMA	2019-01-15 10:00:00	ANALISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE ANALISIS DE ALTERNATIVAS	2019-01-15 20:00:00	10:00	SE REALIZAN MATRIZ DE ANALISIS DE ALTERNATIVAS, MUESTRA LOCALIZACION Y ANALISIS AMBIENTAL	PROCESADO
15	166022	2019-01-21	INSITU	2019-01-21 20:00:00	ANALISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE ANALISIS DE ALTERNATIVAS	2019-01-21 21:30:00	1:50	SE REVISAN MATRIZ DE ANALISIS DE ALTERNATIVAS, MUESTRA LOCALIZACION Y ANALISIS AMBIENTAL SE ENVA A DESARROLLAR ANALISIS DE IMPACTO DE OBJETIVOS	PROCESADO
16	166023	2019-01-22	AUTONOMA	2019-01-22 10:00:00	ANALISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE ANALISIS DE IMPACTO DE LOS OBJETIVOS	2019-01-22 20:00:00	10:00	SE REALIZA MATRIZ DE ANALISIS DE IMPACTO DE OBJETIVOS	PROCESADO
17	166024	2019-01-28	INSITU	2019-01-28 20:00:00	ANALISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE ANALISIS DE IMPACTO DE LOS OBJETIVOS	2019-01-28 21:30:00	1:50	SE REVISAN MATRIZ DE ANALISIS DE IMPACTO DE OBJETIVOS	PROCESADO
18	166025	2019-01-29	AUTONOMA	2019-01-29 10:00:00	ANALISIS DE ALTERNATIVAS / DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS	2019-01-29 20:00:00	10:00	SE REALIZA DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS	PROCESADO
19	166026	2019-02-04	INSITU	2019-02-04 20:00:00	ANALISIS DE ALTERNATIVAS / DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS	2019-02-04 21:30:00	1:50	SE REVISAN DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS Y SE ENVA A REALIZAR MATRIZ DE MARCO LOGICO	PROCESADO
20	166027	2019-02-05	AUTONOMA	2019-02-05 10:00:00	ANALISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE MARCO LOGICO	2019-02-05 20:00:00	10:00	SE REALIZA MATRIZ DE MARCO LOGICO Y TRES PROPUESITAS DE LOGOTIPO	PROCESADO
21	166028	2019-02-11	INSITU	2019-02-11 20:00:00	ANALISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE MARCO LOGICO	2019-02-11 21:30:00	1:50	SE REVISAN MATRIZ DE MARCO LOGICO Y LOGOTIPOS, SE ENVA CONRECCIONES SOBRE LOGOTIPOS, SE ENVA A REALIZAR ANTECEDENTES DEL PROYECTO	PROCESADO
22	166029	2019-02-12	AUTONOMA	2019-02-12 10:00:00	PROPUESTA / ANTECEDENTES (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION)	2019-02-12 20:00:00	10:00	SE REALIZAN CORRECCIONES AL LOGOTIPO Y SE REALIZAN ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA	PROCESADO
23	166030	2019-02-18	INSITU	2019-02-18 20:00:00	PROPUESTA / ANTECEDENTES (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION)	2019-02-18 21:30:00	1:50	SE REVISAN ANTECEDENTES Y CORRECCIONES A LOGOTIPOS, SE ENVA A DESARROLLAR MARCO TEORICO Y MAPA DE CONTENIDOS	PROCESADO

24	166031	2019-02-19	AUTONOMA	2019-02-19 10:00:00	PROPUESTA / ANTI-CURRICULARES (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION)	2019-02-19 20:00:00	10,00	SE DESARROLLA EL MARCO TEORICO Y MAPA DE CONTENIDOS	PROCESADO
25	166032	2019-02-25	INSITU	2019-02-25 20:00:00	PROPUESTA / ANTI-CURRICULARES (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION)	2019-02-25 21:30:00	1,50	SE REVISAN MARCO TEORICO Y MAPA DE CONTENIDOS. SE ENVIÁ A REALIZAR ENCUESTA REVISION	PROCESADO
26	166033	2019-02-26	AUTONOMA	2019-02-26 10:00:00	PROPUESTA / DESCRIPCION (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION)	2019-02-26 20:00:00	10,00	SE REALIZA MODELO DE ENCUESTA PARA ENCUESTAS. REALIZAR TABULACION Y ANALISIS	PROCESADO
27	166034	2019-03-04	INSITU	2019-03-04 20:00:00	PROPUESTA / DESCRIPCION (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION)	2019-03-04 21:30:00	1,50	SE REVISAN ENCUESTAS. SE ENVIÁ A REALIZAR ENCUESTAS. REALIZAR TABULACION Y ANALISIS	PROCESADO
28	166035	2019-03-05	AUTONOMA	2019-03-05 10:00:00	PROPUESTA / DESCRIPCION (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION)	2019-03-05 20:00:00	10,00	SE REALIZA APLICACION DE ENCUESTAS, TABULACION Y ANALISIS DE DATOS.	PROCESADO
29	166036	2019-03-11	INSITU	2019-03-11 20:00:00	PROPUESTA / DESCRIPCION (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION)	2019-03-11 21:30:00	1,50	ANALISIS SE ENVIÁ A TOMAR FOTOGRAFIAS PARA LA REVISTA	PROCESADO
30	166037	2019-03-12	AUTONOMA	2019-03-12 10:00:00	PROPUESTA / FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACION DE LA PROPUESTA	2019-03-12 20:00:00	10,00	SE REALIZAN LAS FOTOGRAFIAS PARA LA REVISTA. SE RECOPIA INFORMACION PARA DIAGRAMACION	PROCESADO
31	166038	2019-03-18	INSITU	2019-03-18 20:00:00	PROPUESTA / FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACION DE LA PROPUESTA	2019-03-18 21:30:00	1,50	SE REVISAN FOTOGRAFIAS. SE ENVIÁ A REALIZAR PAGINAS MAESTRAS Y DIAGRAMACION BASICA	PROCESADO
32	166039	2019-03-19	AUTONOMA	2019-03-19 10:00:00	PROPUESTA / FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACION DE LA PROPUESTA	2019-03-19 20:00:00	10,00	SE REALIZA DIAGRAMACION, PAGINAS MAESTRAS	PROCESADO
33	166040	2019-03-25	INSITU	2019-03-25 20:00:00	PROPUESTA / FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACION DE LA PROPUESTA	2019-03-25 21:30:00	1,50	SE REVISAN DIAGRAMACIONES Y PAGINAS MAESTRAS. SE ENVIÁ A DESARROLLAR LA REVISTA Y A ILUSTRAR EL MAPA. SE ENVIÁ A REALIZAR ESTRATEGIAS PARA DIFUSION	PROCESADO
34	166041	2019-03-26	AUTONOMA	2019-03-26 10:00:00	PROPUESTA / FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACION DE LA PROPUESTA	2019-03-26 20:00:00	10,00	SE DIAGRAMA REVISTA. SE ILUSTRAN MAPA Y SE DESARROLLAN ESTRATEGIAS DE DIFUSION	PROCESADO
35	166042	2019-04-01	INSITU	2019-04-01 20:00:00	PROPUESTA / FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACION DE LA PROPUESTA	2019-04-01 22:00:00	2,00	SE REVISAN ESTRATEGIAS Y PRIMER PDF DE PRODUCTO. SE ENVIÁ A REALIZAR RECURSOS Y PRESUPUESTO	PROCESADO
36	166043	2019-04-02	AUTONOMA	2019-04-02 10:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / RECURSOS	2019-04-02 20:00:00	10,00	SE REALIZAN RECURSOS Y PRESUPUESTO	PROCESADO
37	166044	2019-04-08	INSITU	2019-04-08 20:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / PRESUPUESTO	2019-04-08 22:00:00	2,00	SE REVISAN RECURSOS Y PRESUPUESTO. SE ENVIÁ A REALIZAR CROQUIS DE CORRECCION EN ARTES PARA PUBLICIDAD	PROCESADO
38	166045	2019-04-09	AUTONOMA	2019-04-09 10:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / CRONOGRAMA	2019-04-09 20:00:00	10,00	SE REALIZAN CORRECCIONES EN ARTES. SE REALIZA CRONOGRAMA	PROCESADO
39	166046	2019-04-15	INSITU	2019-04-15 20:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / CRONOGRAMA	2019-04-15 21:00:00	1,00	SE REVISAN CRONOGRAMA Y CORRECCIONES. SE ENVIÁ A REALIZAR CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	PROCESADO
40	166047	2019-04-16	AUTONOMA	2019-04-16 10:00:00	CONCLUSIONES / RECOMENDACIONES	2019-04-16 20:00:00	10,00	SE REALIZAN CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	PROCESADO
41	166048	2019-04-19	INSITU	2019-04-19 20:00:00	CONCLUSIONES / RECOMENDACIONES	2019-04-19 21:00:00	1,00	SE REVISAN CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	PROCESADO
<b>TOTAL HORAS:</b>							<b>240</b>		
 JENNIFER MARCELA ALVIMINO TUTOR CI: 171582971						 JENNIFER MARCELA ALVIMINO DELEGADO CI: 171595074			



## INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

### DISEÑO GRÁFICO

#### ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) **POVEDA PEÑA JENNIFER MARCELA**, portador de la cédula de identidad N° 0202284154, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, junio del 2019



Sra. Mariela Balseca  
CAJA



Ing. Basilio Andrade  
DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN



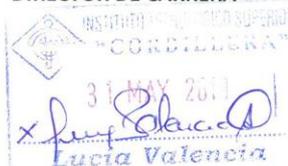
Ing. William Parra  
BIBLIOTECA



Ing. Samira Villalba  
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES



Ing. Lizeth Guerrero  
DIRECTOR DE CARRERA



Tgl. Samantha Prado  
SECRETARIA ACADÉMICA