



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"



i



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

**GUÍA PARA LA RECOPIACIÓN FOTOGRÁFICA DE LOS PRINCIPALES LAGOS Y
LAGUNAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA**

(SAN PABLO, YAGUARCOCHA, CUICOCHA)

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

Autor: Pamela Soraya Becerra Sotalín

Tutora: Arq. Iván Cruz

Quito, Mayo 2016

GUÍA PARA LA RECOPIACIÓN FOTOGRÁFICA DE LOS PRINCIPALES LAGOS Y
LAGUNAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA
(SAN PABLO, YAGUARCOCHA, CUICOCHA)



Declaración de autoría del estudiante

Declaro que la investigación y realización del proyecto es absolutamente original y auténtico, personas que se han citado a fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaran las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes, las ideas, resultados y conclusiones a las que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Pamela Soraya Becerra Sotalín

CC.1718383498

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante, Becerra Sotalín Pamela Soraya por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el "CEDENTE"; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el "CESIONARIO". Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de análisis de sistemas que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo Diseño Gráfico, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado creación de una Guía Fotográfica para dar a conocer los principales productos de exportación, lugares turísticos y principales platos típicos de la ciudad de Guayaquil dirigido a turistas nacionales el cual incluye la creación y desarrollo del programa de ordenador o software, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación del programa de ordenador, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del programa de ordenador descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar el programa de ordenador por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción del programa de ordenador por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del software; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del programa de ordenador; d) Cualquier transformación o modificación del programa de ordenador; e) La protección y registro en el IEPI el programa de ordenador a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del programa de ordenador; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del programa de ordenador

que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del programa de ordenador a favor del Cesionario.

CUARTA: CUANTIA.- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

QUINTA: PLAZO.- La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvención, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los ____ días del mes de ____ del dos mil doce.

f) _____

C.C. N°

CEDENTE

f) _____

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CESIONARIO

Agradecimiento

En primer lugar Agradezco a Dios por darme salud y sabiduría para llegar a cumplir esta meta de mi vida profesional y permitirme tener y disfrutar de mi familia. A mi familia por el apoyo en cada una de las decisiones tomadas en el transcurso de este proceso, por creer en mí y nunca darme la espalda durante todos estos años.

Agradezco también al Instituto Tecnológico Superior Cordillera por darme la oportunidad de obtener durante 3 años y medio los conocimientos necesarios para concluir con este proceso y escalón que será parte de mi vida profesional.

También quiero agradecer a mis amigos y amigas que siempre han estado en las buenas y en las malas y a las personas que encontré a lo largo de mi carrera dentro de la institución ya que siempre estuvieron presentes cuando más los necesite y nunca dudaron en extenderme una mano para ayudarme.

Al Ingeniero Iván Cruz quiero extenderle un agradecimiento especial por la paciencia que se me brindó en el desarrollo de este proyecto como tal contribuyendo con tus conocimientos una guía importante para concluir con este paso de mi vida.

Para cada una de estas personas mencionadas les extiendo mis agradecimientos

Gracias.



DEDICATORIA

Yo agradezco primeramente a mis padres que han dado todo el esfuerzo para que yo ahora este culminando esta etapa de mi vida y darles las gracias por apoyarme en todos los momentos difíciles de mi vida tales como la felicidad la tristeza pero ellos siempre han estado junto a mí y gracias a ellos soy lo que ahora soy y con el esfuerzo de ellos y mi esfuerzo ahora puedo ser una gran profesional y seré un gran orgullo para ellos y para todos los que confiaron en mí.



ÍNDICE GENERAL

Declaración de aprobación tutor y lector.....	i
Declaración de autoría del estudiante.....	ii
Declaración de cesión de derechos a la institución.....	iii
Agradecimiento.....	v
Dedicatoria.....	vi
Índice general.....	vii
Índice de tablas.....	x
Índice de figuras.....	xii
Resumen ejecutivo.....	xvi
Abstract.....	xvii
Introducción.....	xviii

CAPÍTULO I

1.01 Contexto.....	1
1.02 Justificación.....	3
1.03 Definición del Problema central (Matriz T).....	5



CAPÍTULO II

2.01 Mapeo de involucrados.....	6
2.0.2 Matriz de análisis de involucrados y selección con los involucrados.....	7

CAPÍTULO III

3.01 Árbol de Problemas.....	8
3.02 Árbol de Objetivos.....	9

CAPÍTULO IV

4.01. Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones.....	10
4.01.01 Tamaño de Proyecto.....	11
4.01.02 Localización del Proyecto.....	12
4.01.03 Análisis Ambiental.....	13
4.02 Matriz de análisis del impacto de los Objetivos.....	14
4.03 Diagrama de Estrategias.....	15
4.04 Construcción de matriz del Marco Lógico.....	16
4.04.01. Revisión de los criterios para los indicadores.....	17
4.04.02 Selección de los indicadores.....	21
4.04.03 Medios de verificación.....	22



4.04.04 Supuestos.....	29
4.04.05 Matriz Marco Lógico.....	33

CAPÍTULO V

5.01 Antecedentes de la herramienta del perfil de la propuesta.....	36
5.02 Descripción de la herramienta.....	38
5.03 Formulación del proceso de aplicación.....	51
5.04. Planificación.....	51
5.04. 01 Propósito.....	51
5.04. 02 Tipo de Publicación.....	51
5.04. 03 Temática.....	51
5. 04. 04 Formato.....	51
5.05.- Desarrollo.....	52
5.05.01.- Mapa de Contenidos.....	52
5.05.03.- Índice de imágenes.....	53
5.05.04.- Estilos.....	57
5.05.06.- Diagramación.....	60
5.05.07.- Imagen Corporativa	
5.05.07.01 Presentación del Logotipo.....	73



5.05.07.02	Retículas del logo.....	74
5.05.07.03	Full Color.....	74
5.05.07.04	Escala de Grises.....	75
5.05.07.05	Positivo y Negativo.....	75
5.05.07.06	Modos de Color.....	75
5.05.07.07	CMYK.....	78
5.05.07.08	RGB.....	78
5.05.07.09	PANTONES.....	78
5.05.07.10	Disposiciones Correctas e Incorrectas.....	78
5.05.07.11	Fondos Correctos e Incorrectos.....	79
5.05.08.-	Portada y Contra Portada.....	81
5.05.09.-	Maquetación.....	81
5.05.10.-	Pre- Prensa	86
5.05.11.-	Prensa.....	86
5.05.12.-	Post Prensa.....	86
5.06.01.	Marketing y Distribución.....	87

CAPÍTULO VI

6.1	Recursos.....	92
6.2	Presupuestos.....	94
6.3	Cronograma.....	96

GUÍA PARA LA RECOPIACIÓN FOTOGRÁFICA DE LOS PRINCIPALES LAGOS Y
LAGUNAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA
(SAN PABLO, YAGUARCOCHA, CUICOCHA)



CAPÍTULO VII

7.1 Conclusiones.....	98
7.2 Recomendaciones.....	99
7.3 Referencia Bibliográfica.....	100

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla # 1 Matriz de Fuerza T.....	5
Tabla # 2 Matriz de Análisis y selección con los involucrados.....	7
Tabla # 3 Matriz de análisis de impacto.....	14
Tabla # 4 Revisión de los criterios para los indicadores.....	17
Tabla # 5 Selección de los indicadores.....	21
Tabla # 6 Medios de Verificación.....	24
Tabla # 7 Supuestos.....	29
Tabla # 8 Matriz marco lógico	33
Tabla # 9 Pregunta 1	40
Tabla # 10 pregunta 2	41
Tabla # 11 Pregunta 3	42



Tabla # 12 Pregunta 4	43
Tabla # 13 Pregunta 5	44
Tabla # 14 Pregunta 6.....	45
Tabla # 15 Pregunta 7.....	46
Tabla # 16 Pregunta 8.....	57
Tabla # 17 pregunta 9.....	48
Tabla # 18 gastos operativos.....	49
Tabla # 19 Estilos.....	57
Tabla # 20 Fuentes.....	73
Tabla # 22 Aplicación del proyecto.....	87
Tabla # 23 Cronograma.....	96

ÍNDICES DE FIGURAS

Figura # 1 Mapeo de Involucrados.....	6
Figura # 2 Árbol de problemas.....	9
Figura # 3 Árbol de objetivos.....	10
Figura # 4 Matriz de alternativas.....	10
Figura # 5 Mapa Otavalo.....	12



Figura # 6 Diagrama de estrategias	15
Figura # 7 Pregunta 1	42
Figura # 8 Pregunta 2.....	43
Figura # 9 Pregunta 3.....	40
Figura # 10 Pregunta 4.....	41
Figura # 11 Pregunta 5.....	42
Figura # 12 Pregunta 6.....	43
Figura # 13 Pregunta 7.....	44
Figura # 14 Pregunta 8.....	48
Figura # 15 Pregunta 9.....	49
Figura # 16 Pregunta 10.....	50
Figura # 17 Mapa de Contenido.....	51
Figura # 18 Portada y Contraportada.....	57
Figura # 19 Páginas Master.....	61
Figura # 20 Páginas Master	61
Figura # 21 Páginas Master	61
Figura # 22 Retículas	62



Figura # 23. Retículas	62
Figura # 24 Retículas	62
Figura # 25-28 Diagramación.....	60
Figura # 29-32 Diagramación.....	61
Figura # 33-35 Diagramación.....	62
Figura # 37-40 Diagramación.....	63
Figura # 41-44 Diagramación.....	64
Figura # 45-48 Diagramación.....	65
Figura # 49-52 Diagramación.....	66
Figura # 53-56 Diagramación.....	67
Figura # 57-60 Diagramación.....	68
Figura # 61-64 Diagramación.....	69
Figura # 65- 68 Diagramación.....	70
Figura # 69-72 Diagramación.....	71
Figura # 73-75 Diagramación	72
Figura # 76 Logotipo.....	73
Figura # 77 Estructura visual.....	74



Figura # 78 Estructura de la tipografía.....	75
Figura #79 Isotipo.....	76
Figura # 80 Full color.....	77
Figura # 81 Escala de Grises.....	78
Figura # 82 Positivo y Negativo... ..	79
Figura # 83 Modos de Color.....	80
Figura # 84 Incorrecto... ..	80
Figura # 85 CMYK... ..	81
Figura # 86 RGB.....	81
Figura # 87 Pantones.....	82
Figura # 88 Disposiciones Correctas e Incorrectas.....	82
Figura # 89-90 Fondos correctos e incorrectos... ..	83
Figura # 91-93 Maquetación.....	84
Figura # 94-99 Maquetación.....	85
Figura # 100-105 Maquetación... ..	86
Figura # 106-111 Maquetación... ..	87
Figura # 112-117 Maquetación... ..	88

Resumen ejecutivo

Este proyecto tiene como fin informar y llamar la atención de los turistas para que visiten los principales lagos y lagunas de la provincia de Imbabura, ya que no existe buena información para los turistas nacionales y extranjeros.

Desde la ausencia de información para turistas se presenta el objetivo de atraer a los principales lagos y lagunas de la provincia de Imbabura (San Pablo, Yahuarcocha y Cuicocha) Con una opción novedosa y creativa como es la de una GUIA FOTOGRAFICA.

La GUIA FOTOGRAFICA de los principales lagos y lagunas de la provincia de Imbabura ya que será editorial tendría una mayor acogida porque se le podrá observar de menos manera y tener una mejor idea de lo que se puede llegar a visitar.

Con el desarrollo de la GUÍA FOTOGRÁFICA se buscara incrementar la afluencia de turistas nacionales y extranjeros en los principales lagos y lagunas de la provincia de Imbabura, brindando así la información necesaria que existan acogida del producto como tal. La propuesta tuvo gran aceptación por parte de las personas que viven en estos puntos ya que así se espera poder incrementar ingresos con la presencia de turistas y de una manera rescatar la cultura de la provincia de Imbabura y sus habitantes.



Abstract

This project aims to inform and attract the attention of tourists to visit the main lakes and lagoons in the province of Imbabura, since there is no good information for domestic and foreign tourists.

Since the absence of information to tourists in order to attract major lakes and lagoons in the province of Imbabura (San Pablo, Yahuarcocha and Cuicocha) With an innovative and creative option as it is a photographic guide is presented.

The Photographic Guide to the main lakes and lagoons in the province of Imbabura since it would be publishing more welcome because you will see less so and have a better idea of what you can get to visit.

With the development of the photographic guide will be sought to increase the influx of domestic and foreign in major lakes and lagoons in the province of Imbabura tourists, providing the necessary information that exist host the product as such. The proposal was widely accepted by the people living in these points as this is expected to increase revenue with the presence of tourists and a way to rescue the culture of the province of Imbabura and its inhabitants.



Introducción

Este proyecto pretende brindar una información adecuada para los turistas nacionales y extranjeros para que con su visita se incrementen ingresos en el sector generando fuentes de empleo para los habitantes del sector. A través de un material editorial se dará una mejor apreciación para el grupo objetivo que tiene un desconocimiento notorio de los principales lagos y lagunas de la provincia de Imbabura.

La forma atractiva y novedosa que se le pretende dar al producto ayudara que el producto como tal no sea uno más sino algo con lo que los turistas se sientan atraídos a visitar el lugar teniendo la posibilidad de conocer un lugar lleno de riquezas que muchas veces por parte de turistas nacionales tampoco se tiene la acogida que se espera, muchos por la promoción que se da a otros lugares prefieren visitar a estos y no a un atractivo así.

Muchas guías fotográficas no poseen con la calidad que se le pretende dar este producto empezando que el grupo objetivo es muy variado así no solo será informativo también educativo para que de una u otra forma que toda la familia se sienta atraída a este atractivo turístico y pueda incrementar la afluencia a acudir a la provincia de Imbabura principalmente a los principales lagos y lagunas.

CAPÍTULO I

1.01 Contexto

El Presente proyecto se realiza en la provincia de Imbabura. La cual conserva una diversidad importante de paisajes y culturas. Dominados por el Taita Imbabura y la Mama Cotacachi y una veintena de lagos en cuyos entornos se asientan ciudades y comunidades indígenas, que aún conservan sus ritos y tradiciones.

“La rama artesanal ha cobrado gran importancia siendo muy apreciados los trabajos en cuero, los tejidos de Otavalo mundialmente conocidos. La agricultura que es la base de la economía de la provincia de Imbabura, ofrece productos variados: maíz, trigo, cebada, fréjol, anís, legumbres, hortalizas, tomate riñón, cabuya, alfalfa; frutas como: papaya, piña, caña de azúcar, ciruela, guabo, aguacate, plátano, naranja, cacao y café. La actividad ganadera es rentable gracias a los buenos pastizales existentes, que han ayudado a la crianza de ganado vacuno ovino y porcino.”

San Pablo, es un hermoso ojo de agua custodiado por el volcán Imbabura y se encuentra a tan solo 5 minutos de Otavalo. Es el lago más grande de la provincia. Los indígenas salen a pescar temprano por la mañana en sus canoas de totora y también toman un baño y lavan su ropa a orillas del Lago durante el día. (viajando.com)

Cuicocha. Está dentro de la Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas y es el sitio más visitado de la misma por la buena accesibilidad que tiene. Esta laguna es conocida como laguna de los Dioses o Tsui - Cocha y es de origen cratérico. La particularidad de esta laguna es que en su centro están ubicados dos islotes que llevan los nombres de Teodoro Wolf y José María Yerovi, separados por el "Canal del ensueño". Estas islas son producto de pequeñas erupciones que siguieron a la erupción principal. (viajando.com)



“Yahuarcocha significa “Lago de Sangre”, que se deriva de las raíces quichuas Yaguar=sangre y Cocha=lago. Cuenta la leyenda que una sangrienta batalla indígena tuvo lugar en sus orillas y la laguna se tiñó de sangre, de ahí su nombre.

La laguna de Yahuarcocha fue escenario de un de enfrentamiento entre los Caranquis y los Incas.”

(turismo, 2015)

1.02 Justificación

En la actualidad conocemos que los materiales fotográficos son la forma más efectiva para brindar un mensaje claro a un grupo objetivo, es por eso que la implementación de un guía fotográfica sería un gran aporte para llegar a los potenciales turistas nacionales y extranjeros para la Provincia de Imbabura.

El problema no radica en la falta de sitios que se pueda visitar pues sabemos que la provincia de Imbabura cuenta con varios destinos turísticos que resaltan la belleza natural del sector. Todo se deriva en la falta de interés de promocionar o informar acerca de los sitios turísticos de las principales lagunas de la Provincia de Otavalo ya que las autoridades de turno no han presentado nuevas formas de incentivar el turismo en la zona y se han quedado con lo hecho por las antiguas administraciones. (wikipedia, 2015)

Nuestro Proyecto está alineado al Plan Nacional del Buen Vivir...

Según el Objetivo No. 6... "El Plan Nacional representa un tremendo esfuerzo de rescate de la autoridad estatal, a partir del desarrollo de sus capacidades de planificación y coordinación de un proyecto integrado de desarrollo nacional. La integración de aspectos económicos y sociales en el marco de una propuesta de acumulación, distribución y redistribución—, me parece innovadora y un reto importante para Ecuador."

"La conservación de la biodiversidad en Ecuador empezó formalmente en 1936 con la designación oficial de Galápagos como Parque Nacional y se profundizó a partir de la ratificación del Convenio sobre Diversidad Biológica (CDB) en 1993. Desde entonces, el país ha avanzado significativamente hacia la conservación de su patrimonio natural y de su biodiversidad. La Constitución de 2008 estipula, en su artículo 405, que el Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP) garantizará la conservación de la biodiversidad y el mantenimiento de sus funciones ecológicas, y que su rectoría y regulación serán ejercidas por el Estado, que asignará los recursos



económicos necesarios para su sostenibilidad financiera. La administración y la gestión de este sistema de conservación incluyen la participación de las comunidades, los pueblos y las nacionalidades que han habitado ancestralmente las áreas protegidas.” (plan buen vivir)

1.03 Definición del problema central (matriz t)

Tabla N.- 1 Matriz T

SITUACION EMPEORADA	SITUACION INICIAL				SITUACION MEJORADA
Desconocimiento de las principales lagunas de la provincia de Imbabura	Ausencia de información de las principales lagunas de la provincia de Imbabura para el turismo nacional y extranjero.				Proporcionar información que ayude a conocer las principales lagunas de la provincia de Imbabura
FUERZAS IMPULSORAS	I	PC	I	PC	FUERZAS BLOQUEADORAS
Adecuada información sobre los principales lagos y lagunas de la provincia de Imbabura	4	5	5	4	Insuficiente información sobre las principales lagunas del sector de la provincia de Imbabura
Suficiente material gráfico.	4	5	5	4	Escases de material gráfico.
Conocimiento de la población de Imbabura	4	5	5	3	Desinterés por parte de la población de Imbabura
Descripción de los atractivos que existen en los principales lagos y lagunas de la provincia de Imbabura	4	4	5	3	No existe manejo de los atractivos que existen en las lagunas de la provincia de Imbabura
Promocionar al lugar como sitio turístico.	4	3	4	3	Ausencia de apoyo por parte de las autoridades.

Elaborado por: Pamela Becerra

CAPITULO II

ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS

2.01 Mapeo de involucrados



Figura N.-1 Mapa de involucrados

Elaborado por Pamela Becerra

2.02 Matriz de análisis y selección de involucrados.

Tabla N.- 2: Matriz de análisis y selección con los involucrados

<i>ACTORES</i>	<i>INTERES SOBRE EL PROBLEMA</i>	<i>PROBLEMAS PERCIBIDOS</i>	<i>RECURSOS MANDATO Y CAPACIDADES</i>	<i>INTERES SOBRE EL PROYECTO</i>	<i>CONFLICTOS POTENCIALES</i>
GESTOR DEL PROYECTO	ELABORACION DE UNA GUIA PARA LA RECOPIACION FOTOGRAFICA PARA PROMOCIONAR LOS PRINCIPALES LAGOS Y LAGUNAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA	INSUFICIENTE INFORMACION DE LAS PRINCIPALES LAGUNAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA	- RECURSOS FINANCIEROS -RECURSOS TECNOLOGICOS -CAPACIDAD INTELECTUAL -LEYES QUE RIGEN EL PROYECTO -INFORMACION BIBLIOGRAFICA -INFORMACION GENERAL	LA GUIA SEA APLICADA POR PARTE DE LAS AUTORIDADES LOCALES	ESCASO TIEMPO PARA REALIZAR EL PROYECTO
AUTORIDADES LOCALES	BRINDAR INFORMACION ADECUADA	EXISTE POCA APLUENCIA DE TURISTAS	-INFORMACION BIBLIOGRAFICA -INFORMACION GENERAL	SE INCREMENTE LOS TURISTAS EN EL SECTOR	AUSENCIA DE PRESUPUESTO
TURISTAS	CONOCIMIENTO	DESCONOCIMIENTO	INFORMACION	SE LE PROPORCIONE LA	LA INFORMACION

GUÍA PARA LA RECOPIACIÓN FOTOGRÁFICA DE LOS PRINCIPALES LAGOS Y LAGUNAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA
(SAN PABLO, YAGUARCOCHA, CUICOCHA)

NACIONALES Y EXTRANJEROS	ADECUADO DE LOS PRINCIPALES LAGOS Y LAGUNAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA	DE LAS PRINCIPALES LAGUNAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA	GENERAL	INFORMACION ADECUADA PARA VISITAR LAS PRINCIPALES LAGUNAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA	QUE SE LE ENTREGA NO ES LA ADECUADA NI LA SUFICIENTE
COMUNIDAD	INCREMENTAR LA ACOGIDA DE TURISTAS EN LOS PRINCIPALES LAGOS Y LAGUNAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA	SUS INGRESOS ECONOMICOS DISMINUYEN POR LA FALTA DE TURISMO EN EL SECTOR	INFORMACION GENERAL	POR EL INCREMENTO DE TURISTAS SE IMPLEMENTEN PLAZAS DE TRABAJO	NO EXISTA UNA BUENA ACOGIDA
AGENCIAS TURISTICAS	PROPORCIONAR UNA ADECUADA INFORMACION DE LOS PRINCIPALES LAGOS Y LAGUNAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA	AUSENCIA DE FUENTES QUE PROPORCIONEN INFORMACION DE LAS PRINCIPALES LAGUNAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA	INFORMACION BIBLIOGRAFICA INFORMACION GENERAL	MOTIVAR A TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS QUE VISITEN LAS PRINCIPALES LAGUNAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA	DESMOTIVACION DE TURISTAS A VISITAR LAS PRINCIPALES LAGUNAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA

Elaborado por: *Pamela Becerra*

CAPITULO III PROBLEMAS Y OBJETIVOS

3.01 Árbol de problemas



Figura N.- 2 Árbol de problemas

Elaborado por: Pamela Becerra

3.02 Árbol de objetivos



Figura N.- 3 Árbol de Objetivos
Elaborado por: Pamela Becerra

CAPITULO IV

ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS

4.01. Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones.

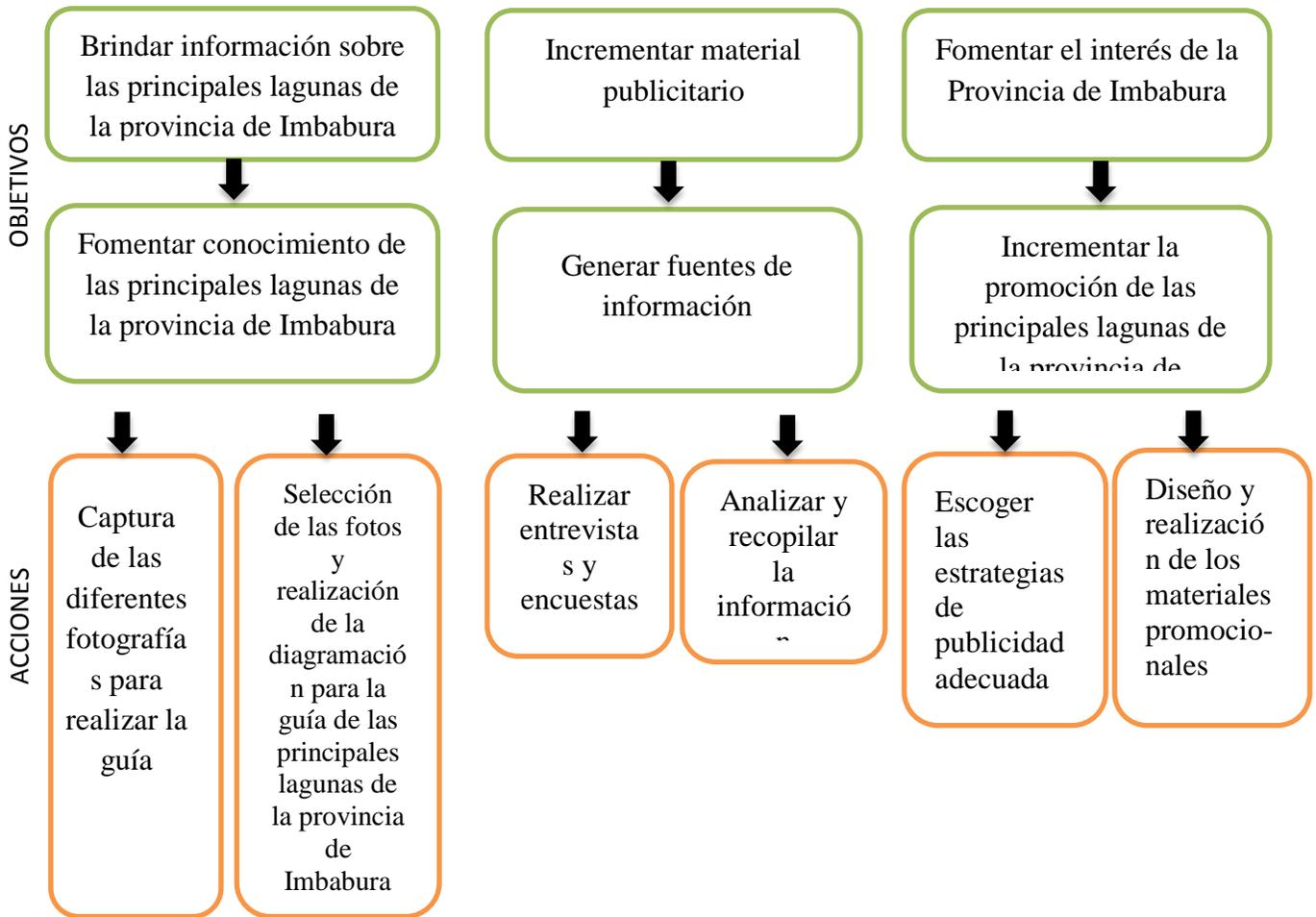


Figura N.- 4 Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones

Elaborado por: Pamela Becerra

4.01.01. Tamaño del proyecto.

Mi proyecto con el tendrá un alcance nacional y extranjero ya que al avance de la tecnología se podrá llegar a muchas partes del mundo y así pueden conocer las maravillas que posee nuestro país en especial las principales lagunas de la provincia de Imbabura.

Grupo Objetivo: Turistas Nacionales y Extranjeros

Edad: Publico en general

Sexo: Hombres y Mujeres

Situación Geográfica: Provincia de Imbabura

Situación Económica: Media- Alta

Muestra:

$$n = \frac{N \times p \times q \times z^2}{(N-1) E x p x q x z^2}$$

$$n = \frac{222 \times 0,50 \times 0,50 \times 3,84}{(221) 0,0025 + 0,50+0,50 + 3,84}$$

$$n = \frac{213.12}{0.5525 + 0.96}$$

$$n = \frac{213.12}{1.5125}$$

$$n = 383.90$$

$$n = 384$$

4.01.02 Localización del Proyecto

Se encuentran en la provincia de Imbabura, asentados en los siguientes cantones:

1. En el cantón Otavalo y sus parroquias: Otavalo, El Jordán, Eugenio Espejo (Calpaquí), San Juan de Ilumán, San Luís, San Rafael, Miguel Egas Cabezas (Peguche), González Suárez, San José de Quichinche, San Pablo.
2. En el cantón Cotacachi y sus parroquias: El Sagrario, Imantag, Quiroga, San Francisco.
3. En el cantón Ibarra y sus parroquias: Ibarra, Sagrario y Ambuquí.
4. En el cantón Antonio Ante y sus parroquias: Andrade Marín, San Francisco de Natabuela y San Roque.

Su idioma: kichwa y español (segunda lengua), su población se halla organizada en alrededor de 157 comunas Kichwa-Otavalo.



G.A.D .Antonio Ante. (2014). Mapa de lagunas.

Figura N.- 5 Recuperado de <http://restructura/mapas/subido.com>



4.01.03 Análisis Ambiental

IMPACTOS POSITIVOS.

En nuestro proyecto se utilizará para la impresión papel ecológico que ayudará de una forma a la disminución de la contaminación

IMPACTOS NEGATIVOS

Las tintas que se utilizarán para la impresión en alguna forma terminarán contaminando el medio ambiente y en los procesos también se usará electricidad que es un recurso no renovable

4.02 Matriz de análisis de impacto de objetivos

Tabla N.- 3: Matriz de análisis de impacto de objetivos

MATRIZ DE ANALISIS DE ALTERNATIVAS							
OBJETIVOS	IMPACTO SOBRE EL PROPOSITO	FACITIBILIDAD TÉCNICA	FACTIBILIDAD FINANCIERA	FACTIBILIDAD SOCIAL	FACTIBILIDAD POLITICA	TOTAL	CATEGORIA
Brindar información sobre los principales lagos y lagunas de la provincia de Imbabura	5	5	4	5	3	22	ALTO
Incrementar material publicitario	5	5	4	5	3	22	ALTO
Fomentar el interés de la provincia de Imbabura	5	4	4	5	4	22	ALTO
Fomentar conocimiento del sitio turístico	5	5	4	5	2	21	ALTO
Generar fuentes de información	5	4	3	5	3	20	ALTO
Incrementar la promoción de las principales lagunas de la provincia de Imbabura	5	5	3	5	2	20	ALTO

Elaborado por: Pamela Becerra

4.03 Diagrama de estrategias

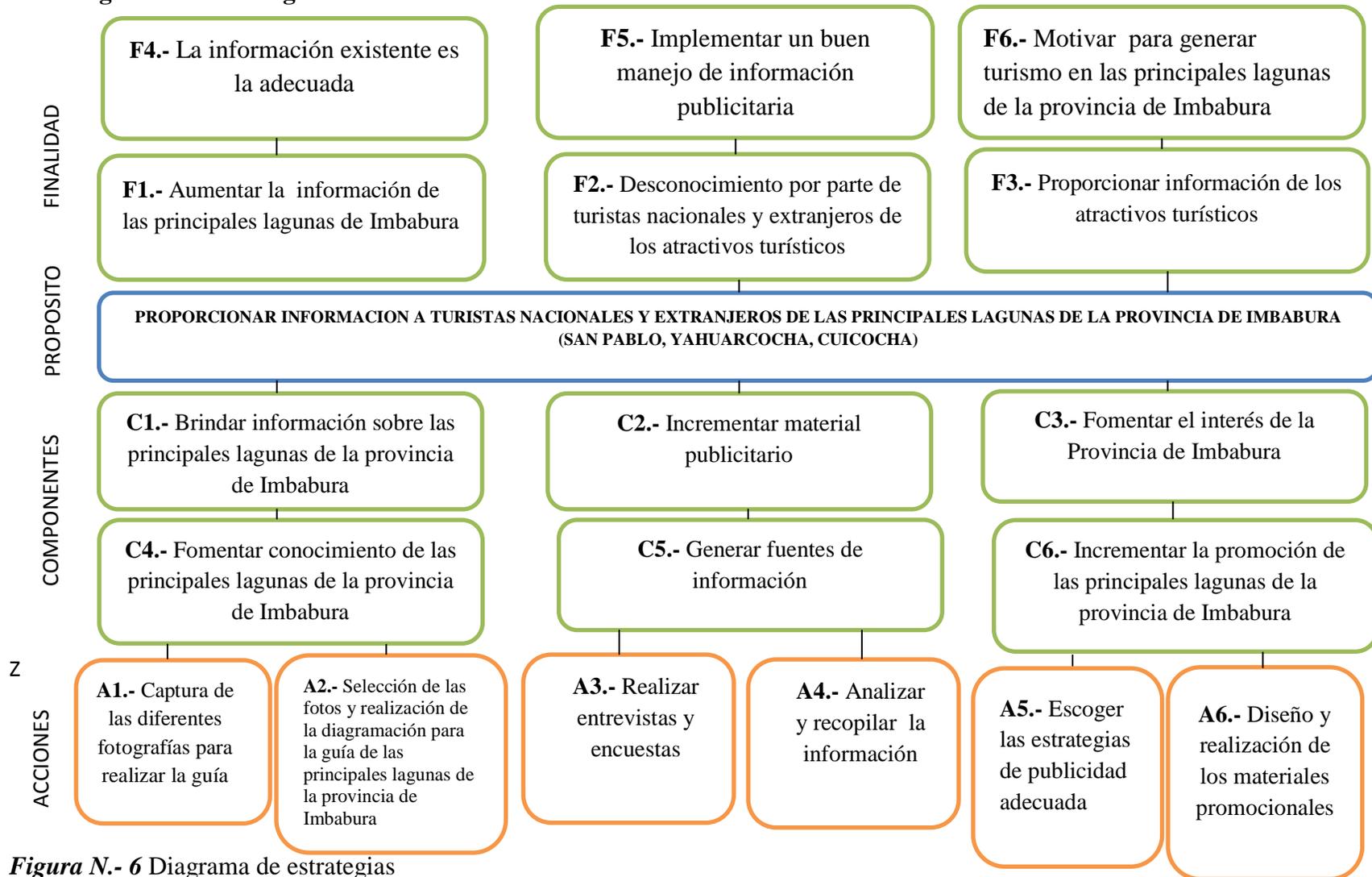


Figura N.- 6 Diagrama de estrategias

Elaborado por: *Pamela Becerra*

4.04.01 Revisión de los Criterios para los indicadores

Tabla N.- 4: Revisión de los Criterios para los indicadores

NIVEL	RESUMEN NARATIVO	INDICADOR	META				
			CANTIDAD	CALIDAD	TIEMPO	LUGAR	GRUPO SOCIAL
FIN	(f1) Aumentar la información de las principales lagunas de Imbabura	Las personas informadas se incrementó en un 100%.	80	ALTO	4 meses	Provincia De Imbabura	Grupo objetivo en general
	(f2) Desconocimiento por parte de turistas nacionales y extranjeros de los atractivos turísticos	El incremento de Turísticas se incrementó en un 75%	100	ALTO	5 meses	Provincia De Imbabura	Grupo objetivo en general
	(f3) Proporcionar información de los atractivos turísticos	Interés por turistas Se incrementó en un 90%	80	ALTO	5 meses	Provincia De Imbabura	Grupo objetivo en general
	(f4) La información existente es la adecuada	La información proporcionada se incrementó 70%	85	ALTO	4 meses	Provincia De Imbabura	Grupo objetivo en general
	(f5) Implementar un buen manejo de información	La información que se obtuvo para la guía se incremento	80	ALTO	2 meses	Provincia De Imbabura	Grupo objetivo en general

	publicitaria	en un 80%					general
	(f6) Motivar para generar turismo en los principales lagos y lagunas de la provincia de Imbabura	Se entregó información acerca del turismo al 85% de las personas	90	ALTO	4 meses	Provincia De Imbabura	Grupo objetivo en general
PROPÓSITO	PROPORCIONAR INFORMACION A TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS DE LAS PRINCIPALES LAGUNAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA (SAN PABLO, YAHUARCOCHA, CUICOCHA)	La información que se facilitó a los turistas nacionales y extranjeros se incrementó en un 100%	1	ALTO	3 meses	Provincia De Imbabura	Grupo objetivo en general
COMPONENTES	(C1) Brindar información sobre los principales lagos y lagunas de la provincia de Imbabura	La propuesta planteada tuvo una acogida por el turista en un 60%	85	ALTO	5 meses	Provincia De Imbabura	Grupo objetivo en general
	(C2) Incrementar material publicitario	Por medios alternativos se obtuvo un 95% de toda la información necesaria	100	ALTO	4 meses	Provincia De Imbabura	Grupo objetivo en general
	(C3) Fomentar el interés de la Provincia de Imbabura	Se fortaleció el turismo nacional en un 90%	80	ALTO	4 meses	Provincia De Imbabura	Grupo objetivo en general

	(C4) Fomentar conocimiento del sitio turístico	La mayoría de publicidad se incrementaron en un 80%	85	ALTO	5 meses	Provincia De Imbabura	Grupo objetivo en general
	(C5) Generar fuentes de información	La información acerca de los lagos y lagunas de la Provincia de Imbabura se incrementó en un 85%	100	ALTO	5 meses	Provincia De Imbabura	Grupo objetivo en general
	(C6) Incrementar la promoción de los principales lagos y lagunas de la provincia de Imbabura	Se promocionó los lagos y lagunas en un total de 80%	100	ALTO	4 meses	Provincia De Imbabura	Grupo objetivo en general
ACTIVIDAD	(A1) Captura de las diferentes fotografías para realizar la guía	La captura de las fotografías fue en un total de 100%	1000	ALTO	2 meses	Provincia De Imbabura	Grupo objetivo en general
	(A2) Selección de las fotos y realización de la diagramación para la guía de los principales lagos y lagunas de la provincia de	El desarrollo de selección y diagramación fue en un 100%	50	ALTO	3 meses	Provincia De Imbabura	Grupo objetivo en general

	Imbabura						
	(A3) Realizar entrevistas y encuestas	Se realizó las entrevistas y encuestas en un 100%	384	ALTO	3 meses	Provincia De Imbabura	Grupo objetivo en general
	(A4) Analizar y recopilar la información	Las estrategias de publicidad tuvo un 100%	384	ALTO	4 meses	Provincia De Imbabura	Grupo objetivo en general
	(A5) Escoger las estrategias de publicidad adecuada	Escogimos las adecuadas estrategias de publicidad 100%	4	ALTO	2 meses	Provincia De Imbabura	Grupo objetivo en general
	(A6) Diseño y realización de los materiales promocionales	Se Diseño y realizo los materiales promocionales en un 100%	4	ALTO	4meses	Provincia De Imbabura	Grupo objetivo en general

Elaborado por: Pamela Becerra

4.04.02 Selección de Indicadores

Tabla N.- 5 Selección de Indicadores

NIVEL	RESUMEN NARATIVO	INDICADOR	CLASIFICACION DE INDICADORES					PUNTAJE	SELECCIÓN
			A	B	C	D	E		
FIN	(f1) Aumentar la información de las principales lagunas de Imbabura	Las personas informadas se incrementó en un 100%.	SI	NO	SI	SI	SI	4	SI
	(f2) Desconocimiento por parte de turistas nacionales y extranjeros de los atractivos turísticos	El incremento de Turísticas se incrementó en un 75%	SI	SI	SI	SI	SI	5	SI
	(f3) Proporcionar información de los atractivos turísticos	Interés por turistas Se incrementó en un 90%	SI	SI	NO	SI	NO	3	SI
	(f4) La información existente es la adecuada	La información proporcionada se incrementó 70%	SI	SI	SI	SI	SI	5	SI
	(f5) Implementar un buen manejo de información publicitaria	La información que se obtuvo para la guía se incremento en un 80%	NO	SI	SI	SI	NO	3	SI
	(f6) Motivar para generar turismo en los principales lagos y lagunas	El turista recibió información	SI	NO	SI	SI	SI	4	SI

	de la provincia de Imbabura	es un 80%								
PROPÓSITO	GUIA PARA LA RECOPIACION FOTOGRAFICA DE LOS PRINCIPALES LAGOS Y LAGUNAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA (SAN PABLO, YAGUARCOCHA, CUICOCHA)	La información que se facilitó a los turistas nacionales y extranjeros se incrementó en un 100%	SI	SI	SI	SI	SI		5	SI
COMPONENTES	(C1) Brindar información sobre los principales lagos y lagunas de la provincia de Imbabura	La propuesta planteada tuvo una acogida por el turista en un 60%	SI	NO	SI	NO	SI		3	SI
	(C2) Incrementar material publicitario	Por medios alternativos se obtuvo un 95% de toda la información	SI	SI	SI	SI	NO		4	SI
	(C3) Fomentar el interés de la Provincia de Imbabura	Se fortaleció el turismo nacional en un 90%	SI	NO	SI	SI	SI		4	SI
	(C4) Fomentar conocimiento del sitio turístico	La mayoría de publicidad se incrementaron en un 80%	SI	SI	SI	SI	NO		4	SI
	(C5) Generar fuentes de información	La información acerca de los lagos y lagunas de la Provincia de Imbabura se incrementó en un 85%	SI	NO	SI	SI	SI		4	SI

GUÍA PARA LA RECOPIACIÓN FOTOGRÁFICA DE LOS PRINCIPALES LAGOS Y LAGUNAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA
(SAN PABLO, YAGUARCOCHA, CUICOCHA)

	(C6) Incrementar la promoción de los principales lagos y lagunas de la provincia de Imbabura	Se promocionaron los lagos y lagunas en un total de 80%	SI	SI	NO	SI	SI	4	SI
ACTIVIDAD	(A1) Captura de las diferentes fotografías para realizar la guía	La captura de las fotografías fue en un total de 100%	SI	SI	SI	SI	SI	5	SI
	(A2) Selección de las fotos y realización de la diagramación para la guía de los principales lagos y lagunas de la provincia de Imbabura	El desarrollo de selección y diagramación fue en un 100%	SI	SI	SI	SI	NO	4	SI
	(A3) Realizar entrevistas y encuestas	Se realizó las entrevistas y encuestas en un 100%	SI	SI	SI	SI	SI	5	SI
	(A4) Analizar y recopilar la información	Las estrategias de publicidad tuvo un 100%	SI	SI	SI	SI	SI	5	SI
	(A5) Escoger las estrategias de publicidad adecuada	Escogimos las adecuadas estrategias de publicidad 100%	SI	SI	SI	SI	SI	5	SI
	(A6) Diseño y realización de los materiales promocionales	Se Diseñó y realizó los materiales promocionales en un 100%	SI	SI	SI	SI	SI	5	SI

Elaborado por: Pamela Becerra

4.04.03 Medios de Verificación

Tabla N.- 6 Medios de Verificación

NIVEL	RESUMEN NARATIVO	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN					
			FUENTE DE INFORMACIÓN	MÉTODO DE RECOLECCIÓN	MÉTODO DE ANALISIS	FRECUENCIA DE EVALUCIÓN	RESPONSBLE	
FIN	(f1) Aumentar la información de las principales lagunas de Imbabura	Las personas informadas se incrementó en un 100%.	PRIMARIA	ENTREVISTA	Análisis Estadístico	CADA MESES	3	EL INVESTIGADOR
	(f2) Desconocimiento por parte de turistas nacionales y extranjeros de los atractivos turísticos	El incremento de Turísticas se incrementó en un 75%	PRIMARIA	ENCUESTAS	Análisis Estadístico	CADA MESES	4	EL INVESTIGADOR
	(f3) Proporcionar información de los atractivos turísticos	Interés por turistas Se incrementó en un 90%	PRIMARIA	ENCUESTAS	Análisis Estadístico	CADA MESES	2	EL INVESTIGADOR
	(f4) La información existente es la	La información proporcionada se incrementó	PRIMARIA	ENCUESTAS	Análisis Estadístico	CADA MESES	3	EL INVESTIGADOR

	adecuada	70%					
	(f5) Implementar un buen manejo de información publicitaria	El manejo de información publicitaria se implementó en un 90%	PRIMARIA	OBSERVACION DIRECTA	Simple verificación	UNA VEZ	EL INVESTIGADOR
	(f6) Motivar para generar turismo en los principales lagos y lagunas de la provincia de imbabura	El turista recibió información es un 80%	PRIMARIA	ENCUESTAS	Análisis Estadístico	CADA MESES	4 EL INVESTIGADOR
PROPÓSITO	GUIA PARA LA RECOPIACION FOTOGRAFICA DE LOS PRINCIPALES LAGOS Y LAGUNAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA (SAN PABLO, YAGUARCOCHA, CUICOCHA)	La información que se facilitó a los turistas nacionales y extranjeros se incrementó en un 100%	PRIMARIA	OBSERVACION DIRECTA	Simple verificación	CADA MESES	6 EL INVESTIGADOR
COMPONENTES	(C1) Brindar información sobre	La propuesta planteada tuvo	SECUNDARIA	ENCUESTAS	Análisis	CADA	4 EL

GUÍA PARA LA RECOPIACIÓN FOTOGRÁFICA DE LOS PRINCIPALES LAGOS Y LAGUNAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA
(SAN PABLO, YAGUARCOCHA, CUICOCHA)

los principales lagos y lagunas de la provincia de imbabura	una acogida por el turista en un 60%			Estadístico	MESES		INVESTIGADOR
(C2) Incrementar material publicitario	Por medios alternativos se obtuvo un 95% de toda la información	PRIMARIA	OBSERVACION DIRECTA	Simple verificación	UNA VEZ		EL INVESTIGADOR
(C3) Fomentar el interés de la Provincia de Imbabura	Se fortaleció el turismo nacional en un 90%	PRIMARIA	ENCUESTAS	Análisis Estadístico	CADA MESES	5	EL INVESTIGADOR
(C4) Fomentar conocimiento del sitio turístico	La mayoría de publicidad se incrementaron en un 80%	PRIMARIA	ENCUESTAS	Análisis Estadístico	CADA MESES	4	EL INVESTIGADOR
(C5) Generar fuentes de información	La información acerca de los lagos y lagunas de la Provincia de Imbabura se incrementó en	PRIMARIA	ENTREVISTAS	Simple verificación	CADA MESES	3	EL INVESTIGADOR

		un 85%					
	(C6) Incrementar la promoción de los principales lagos y lagunas de la provincia de imbabura	Se promocionaron los lagos y lagunas en un total de 80%	PRIMARIA	GUÍA DE OBSERVACIÓN	Simple verificación	UNA VEZ	EL INVESTIGADOR
ACTIVIDAD	(A1) Captura de las diferentes fotografías para realizar la guía	La captura de las fotografías fue en un total de 100%	SECUNDARIA	GUÍA DE OBSERVACIÓN	Simple verificación	CADA MESES	3 EL INVESTIGADOR
	(A2) Selección de las fotos y realización de la diagramación para la guía de los principales lagos y lagunas de la provincia de imbabura	El desarrollo de selección y diagramación fue en un 100%	PRIMARIA	OBSERVACION DIRECTA	Simple verificación	CADA MESES	2 EL INVESTIGADOR
	(A3) Realizar entrevistas y encuestas	Se realizó las entrevistas y encuestas en un 100%	PRIMARIA	ENTREVISTAS	Análisis Estadístico	UNA VEZ	EL INVESTIGADOR

	(A4) Analizar y recopilar la información	Las estrategias de publicidad tuvo un 100%	PRIMARIA	OBSERVACION DIRECTA	Simple verificación	UNA VEZ	EL INVESTIGADOR
	(A5) Escoger las estrategias de publicidad adecuada	Escogimos las adecuadas estrategias de publicidad 100%	PRIMARIA	OBSERVACION DIRECTA	Simple verificación	UNA VEZ	EL INVESTIGADOR
	(A6) Diseño y realización de los materiales promocionales	Se Diseñó y realizo los materiales promocionales en un 100%	PRIMARIA	OBSERVACION DIRECTA	Simple verificación	UNA VEZ	EL INVESTIGADOR

Elaborado por: Pamela Becerra

4.04.04 Supuestos

Tabla N.- 7 Supuestos

	RESUMEN NARATIVO	SUPUESTOS	FACTORES DE RIESGO				
			FINANCIERO	POLÍTICO	SOCIAL	AMBIENTAL	LEGAL
FIN	(f1) Aumentar la información de las principales lagunas de Imbabura	Por cierre de instalaciones se suspenda la distribución	X	-	-	X	-
	(f2) Desconocimiento por parte de turistas nacionales y extranjeros de los atractivos turísticos	Los accesos a la Provincia de Imbabura sean cerrados	X	X	-	X	-
	(f3) Proporcionar información de los atractivos turísticos	El costo de la guía sea alto y no se lo adquiera	X	-	X	X	-
	(f4) La información existente es la adecuada	Ya no se impriman más guías	X	-	X	X	-
	(f5) Implementar un buen manejo de información	Las redes sociales no tengan buena	X	X	X	-	X

	publicitaria	acogida					
	(f6) Motivar para generar turismo en los principales lagos y lagunas de la provincia de Imbabura	La publicidad de las redes sociales no sea la adecuada	X	-	X	X	-
PROPÓSITO	GUIA PARA LA RECOPIACION FOTOGRAFICA DE LOS PRINCIPALES LAGOS Y LAGUNAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA	No se impriman por falta de recursos económicos	X	-	X	X	-
COMPONENTES	(C1) Brindar información sobre los principales lagos y lagunas de la provincia de imbabura	Lo lugares de distribución no sean los adecuados	X	-	X	X	X
	(C2) Incrementar material publicitario	Los volúmenes que se impriman no sean suficientes	X	X	X	-	X

	(C3) Fomentar el interés de la Provincia de Imbabura	Lo pobladores no quieren dar el apoyo a este	X	-	X	X	X
	(C4) Fomentar conocimiento del sitio turístico	Se quede mal con la fecha establecida	X	X	X	X	-
	(C5) Generar fuentes de información	Los terminados gráficos no sean muy buenos	X	X	X	X	-
	(C6) Incrementar la promoción de los principales lagos y lagunas de la provincia de Imbabura	El material gráfico no fue distribuido	X	X	X	X	-
ACTIVIDAD	(A1) Captura de las diferentes fotografías para realizar la guía	Existan fallas inesperados con la cámara	X	X	X	X	-

(A2) Selección de las fotos y realización de la diagramación para la guía de los principales lagos y lagunas	Se pierda la información en este caso las fotografías	X	-	X	-	X
(A3) Realizar entrevistas y encuestas	Las respuestas de las encuestas no sean a conciencia	X	X	X	-	-
(A4) Analizar y recopilar la información	Sean alterados los documentos	X	-	X	-	X
(A5) Escoger las estrategias de publicidad adecuada	No contar con los materiales necesarios para el producto	X	X	X	-	X
(A6) Diseño y realización de los materiales promocionales	Se borre todo el material que sirva para el producto	X	-	X	X	X

Elaborado por: Pamela Becerra

GUÍA PARA LA RECOPIACIÓN FOTOGRÁFICA DE LOS PRINCIPALES LAGOS Y LAGUNAS DE LA PROVINCIA DE
IMBABURA
(SAN PABLO, YAGUARCOCHA, CUICOCHA)

4.04.05 Matriz Marco Lógico

Tabla N.- 8 Matriz Marco Lógico

RESUMEN NARRATIVO	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FIN			
(f1) Aumentar la información de las principales lagunas de Imbabura	Las personas informadas se incrementó en un 100%.	ENTREVISTA	Por cierre de instalaciones se suspenda la distribución
(f2) Desconocimiento por parte de turistas nacionales y extranjeros de los atractivos turísticos	El incremento de Turísticas se incrementó en un 75%	ENCUESTAS	Los acceso a la Provincia de Imbabura sean cerrados
(f3) Proporcionar información de los atractivos turísticos	Interés por turistas Se incrementó en un 90%	ENCUESTAS	El costo de la guía sea alto y no se lo adquiera
(f4) La información existente es la adecuada	La información proporcionada se incrementó 70%	ENCUESTAS	Ya no se impriman más guías
(f5) Implementar un buen manejo de información publicitaria	La información que se obtuvo para la guía se incremento en un 80%	OBSERVACION DIRECTA	Ya no se impriman más guías
(f6) Motivar para generar turismo en los principales lagos y lagunas de la provincia de Imbabura	El turista recibió información es un 80%	ENCUESTAS	La publicidad de las redes sociales no sea la adecuada
PROPOSITO			
(P1) GUIA PARA LA RECOPIACION FOTOGRAFICA DE LOS PRINCIPALES LAGOS Y LAGUNAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA (SAN PABLO, YAGUARCOCHA,	La información que se facilitó a los turistas nacionales y extranjeros se incrementó en un 100%	OBSERVACION DIRECTA	No se impriman por falta de recursos económicos

GUÍA PARA LA RECOPIACIÓN FOTOGRÁFICA DE LOS PRINCIPALES LAGOS Y LAGUNAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA (SAN PABLO, YAGUARCOCHA, CUICOCHA)

CUICOCHA)			
COMPONENTES			
(C1) Brindar información sobre los principales lagos y lagunas de la provincia de Imbabura	La propuesta planteada tuvo una acogida por el turista en un 60%	ENCUESTAS	Lo lugares de distribución no sean los adecuados
(C2) Incrementar material publicitario	Por medios alternativos se obtuvo un 95% de toda la información	OBSERVACION DIRECTA	Los volúmenes que se impriman no sean suficientes
(C3) Fomentar el interés de la Provincia de Imbabura	Se fortaleció el turismo nacional en un 90%	ENCUESTAS	Lo pobladores no quieran dar el apoyo a este
(C4) Fomentar conocimiento del sitio turístico	La mayoría de publicidad se incrementaron en un 80%	ENCUESTAS	Se quede mal con la fecha establecida para entregar el producto
(C5) Generar fuentes de información	La información acerca de los lagos y lagunas de la Provincia de Imbabura se incrementó en un 85%	ENTREVISTA	Los terminados gráficos no sean muy buenos
(C6) Incrementar la promoción de los principales lagos y lagunas de la provincia de Imbabura	Se promociono los lagos y lagunas en un total de 80%	GUÍA DE OBSERVACIÓN	El material gráfico no fue distribuido
ACTIVIDADES			
(A1) Captura de las diferentes fotografías para realizar la guía	La captura de las fotografías fue en un total de 100%	GUÍA DE OBSERVACIÓN	Existan fallas inesperados con la cámara
(A2) Selección de las fotos y realización de la	El desarrollo de selección y diagramación fue en	OBSERVACION DIRECTA	Se pierda la información en este caso las fotografías

diagramación para la guía de los principales lagos y lagunas de la provincia de Imbabura	un 100%		
(A3)Realizar entrevistas y encuestas	Se realizó las entrevistas y encuestas en un 100%	ENTREVISTA	Las respuestas de las encuestas no sean a conciencia
(A4) Escoger las estrategias de publicidad adecuada	Las estrategias de publicidad tuvo un 100%	OBSERVACION DIRECTA	Sean alterados los documentos
(A5) Escoger las estrategias de publicidad adecuada	Escogimos las adecuadas estrategias de publicidad 100%	OBSERVACION DIRECTA	No contar con los materiales necesarios para el producto
(A6) Diseño y realización de los materiales promocionales	Se Diseñó y realizo los materiales promocionales en un 100%	OBSERVACION DIRECTA	Se borre todo el material que sirva para el producto

Elaborado por: *Pamela Becerra*

CAPITULO V

LA PROPUESTA

5.01 Antecedentes de la herramienta del perfil de la propuesta

La herramienta que será utilizada para la realización del proyecto editorial, será a través del programa adobe Photoshop permitirá la realización del producto que en este caso es el diseño de una Guía fotográfica que servirá para promover e incentivar la visita de turistas nacionales y extranjeros a la Provincia de Imbabura. El desarrollo de guías fotográficas en la actualidad se ha convertido en una gran alternativa para presentar distintas propuestas ya que permiten tener resultados muy atractivos.

Una GUÍA FOTOGRÁFICA es un paso intermedio en el complejo proceso de impresión. y nos da la posibilidad de que las personas participen directamente con el producto. Es única y se compone de las fotos que se decida incluir, algunas de las cuales pueden tener mayor importancia que otra y puedes combinarlas en cada hoja de la forma que más te guste, así como también incluir fotografías al tamaño de una página, collages, imágenes desvanecidas de fondo, portada en los productos que lo indican y mucho más. En la Guía fotográfica se ofrecerá el más alto nivel de personalización del mercado. Puedes incluir frases de todo tipo (mensajes, dedicatorias, fechas, etc)

Las primeras GUIAS FOTOGRAFICAS se caracterizan por el uso de impresión fotográfica como parte de su tecnología de reprografía. Las impresiones fotográficas eran insertadas en lugar de imprimir directamente sobre el mismo tipo de papel utilizado para el texto impreso con tipografía. Muchos de los primeros títulos fueron impresos en ediciones muy pequeñas y fueron lanzados como fascículos coleccionables a una red de lectores bien informados y

privilegiada.

Los diferentes procesos de autoedición se han simplificado y abaratado. Las mejoras en los acabados de la impresión digital, la aparición de la venta bajo demanda o la difusión y venta online sin intermediarios han disparado el número de publicaciones autoeditadas, ya sea en forma de maqueta o de libro hecho y derecho.

La coincidencia de todos estos factores ha facilitado que la gran mayoría de las tendencias contemporáneas de la fotografía hayan dejado atrás los originales de gran tamaño propios del postmodernismo, para abrazar esta herramienta que, por otra parte, ha acompañado en mayor o menor medida al medio a lo largo de toda su historia. Pocos años después de la presentación del daguerrotipo aparecieron las primeras publicaciones que contenían fotografías, a las que quizás convendría etiquetar como álbumes, ya que en las Guías fotográficas no se empezó a desarrollar, tal y como hoy lo entendemos, hasta las vanguardias históricas. Es entonces cuando gracias a los avances técnicos que al mismo tiempo facilitaron la aparición de las revista ilustradas, se presentan las primeras Guías Fotográficas en los que los materiales y la concepción se complementan e interactúan con las fotografías, formando una sola entidad compacta y armónica. No hablamos aquí ni de catálogos, ni de libros que simplemente buscan ser un porfolio. Ese mundo propio y único que forman las imágenes impresas acompañadas de un diseño ad-hoc, encuadradas y presentadas en el formato que el mensaje que se quiere lanzar requiere, son los que definen a la Guía Fotográfica. Una manera de crear y entender el formato que ha tenido sus más y su menos a lo largo de la historia de la fotografía, pero que nunca ha dejado de estar presente en el ámbito internacional.

5.02 Descripción de la herramienta

Herramientas:

Software: Para la elaboración de la GUÍA FOTOGRÁFICA será necesario contar con los siguientes programas:

- **Adobe Illustrator CS6:**

Este programa será una herramienta muy necesaria ya que se utilizara en la elaboración que tiene la GUÍA FOTOGRÁFICA, como lo es la creación de vectores que nos pueden servir para la realización del logotipo diseño en si de la misma.

- **Adobe Photoshop CS6:**

Con este programa se realizará la edición de las fotografías que serán incluidas dentro de la GUÍA FOTOGRÁFICA

Una de las herramientas de investigación que serán utilizadas dentro de este proyecto serán en primer lugar las ENCUESTA que nos ayudara a tener una idea de cuáles son los conocimientos que tienen los turistas y si tienen una necesidad en común para poder lograr un buen producto.

5.02 .01 MODELO DE ENCUESTA

Esta encuesta se la realiza con la finalidad de crear una GUÍA FOTOGRÁFICA que ayude a promover el turismo de los principales lagos y lagunas de la provincia de Imbabura. Se le agradece por la atención brindada.

EDAD:

GÉNERO: M

F

1. ¿Conoce usted todos los lagos y lagunas que presenta la provincia Imbabura?

Sí

No

2. ¿Cuándo usted viaja qué tipo de lugares turísticos desea conocer?

Parques

Lagos y lagunas

cascadas

reservas ecológicas

3. ¿Qué tipo de información le gustaría tener sobre La Provincia de Imbabura?

Tiempo estimado

Lagos y lagunas

Historia y cultura

Costos

4. ¿A través de qué medio ha tenido conocimiento sobre los lagos y lagunas en la provincia de Imbabura?

Internet

Revistas

Amigos

5. ¿Hace qué tiempo visitó la provincia de Imbabura por última vez?

Entre 3 y 5 meses

Entre 6 y 12 meses

Un año

6. ¿Cómo califica a los lagos y lagunas de la provincia de Imbabura como un destino turístico?

Excelente

bueno

regular

malo

7. ¿Está usted de acuerdo con que se implemente una propuesta innovadora a través de una Guía para la recopilación fotográfica de las principales lagos y lagunas de La Provincia de Imbabura?

Sí

No

8. ¿Le gustaría que a través de redes sociales se promocióne una GUIA FOTOGRAFICA de las principales lagos y lagunas de la provincia de Imbabura?

Sí

No

9. ¿En qué lugar preferiría usted que se distribuya la Guia Fotografica de las principales lagunas de la provincia de Imbabura?

Agencias turísticas

sitios turísticos

Ciudad

10. ¿ Conoce alguna Guía fotográfica que promocióne los lagos y lagunas de la provincia de Imbabura?

Si

No

TABULACIÓN

1. ¿Conoce usted todas los lagos y lagunas que presenta La Provincia de Imbabura?

Tabla N.- 9 Pregunta 1 de la encuesta

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Si	114	19,60%	39,68%	59,28%
No	270	50,40%	50,40%	50,40%
Total	384	100%	100%	100%

Elaborado por: *Pamela Becerra*



Figura N.- 7 Gráfico pregunta 1

Elaborado por *Pamela Becerra*

ANÁLISIS

En esta pregunta concluimos que las personas encuestadas no tienen conocimiento suficiente sobre todas las alternativas turísticas que presenta La Provincia de Imbabura.

2. ¿Cuándo usted viaja qué tipo de lugares turísticos desea conocer?

Tabla N.- 10 Pregunta 2 de la encuesta

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Plazas	84	39,67%	39,67%	39,67%
Lagos y Lagunas	78	17,45%	17,45	17,45%
Cascada	162	40,69%	40,69%	40,69%
Parques Ecológicos	80	28,04%	28,04%	28,04%
Total	384	100%	100%	100%

Elaborado por: Pamela Becerra

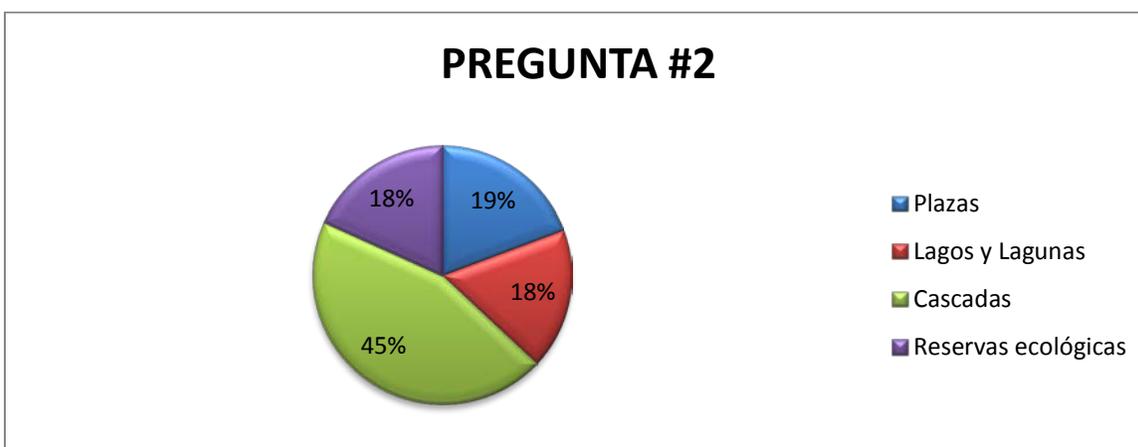


Figura N.- 8 Gráfico pregunta 2

Elaborado por: Pamela Becerra

ANÁLISIS

En esta pregunta llegamos a la conclusión que a las personas les interesa conocer más las cascadas de esta manera necesitamos tener un buen producto sobre los lagos y lagunas de La provincia de Imbabura para llegar al grupo objetivo.

3. ¿Qué tipo de información le gustaría tener sobre La Provincia de Imbabura?

Tabla N.- 11 Pregunta 3 de la encuesta

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Tiempo de llegada	69	19,96%	19,96%	19,96%
Lagos y Lagunas	158	41,14%	41,14%	41,14%
Historia y cultura	60	15,62%	15,62%	15,62%
costos	97	23,28%	23,28%	23,28%
Total	384	100%	100%	100%

Elaborado por: Pamela Becerra

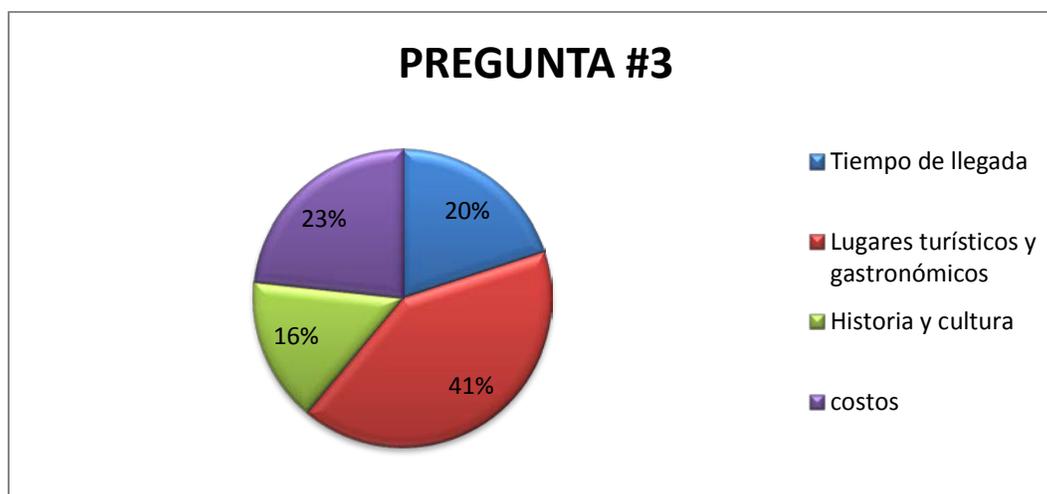


Figura N.- 9 Gráfico pregunta 3

Elaborado por: Pamela Becerra

ANÁLISIS

En esta pregunta el porcentaje más alto tiene las Lagos y Lagunas, dándonos a entender que la información que la mayoría de personas encuestadas quisieran tener sobre Provincia de Imbabura encuestadas es acerca de los lagos y lagunas.

4. A través de qué medio ha tenido conocimiento sobre los lagos y lagunas de La Provincia de Imbabura?

Tabla N.- 12 Pregunta 4 de la encuesta

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
internet	110	28,24%	28,24%	28,24%
Revistas	114	19,68%	19,68%	19,68%
Amigos	160	51,38%	51,38%	51,38%
Total	384	100%	100%	100%

Elaborado por: Pamela Becerra

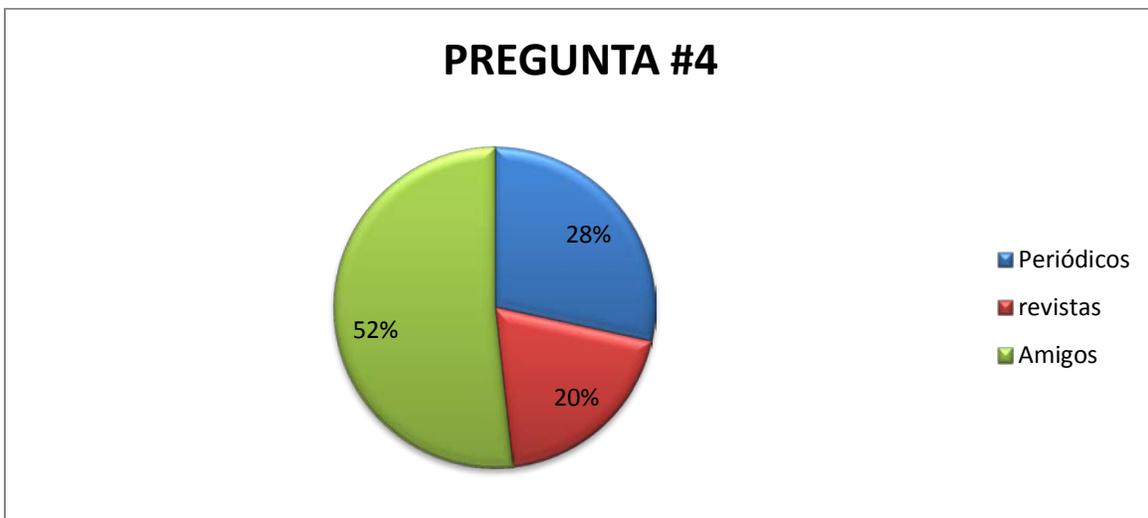


Figura N.- 10 Gráfico pregunta 4

Elaborado por: Pamela Becerra

ANÁLISIS

En esta pregunta obtuvimos como resultado que las personas encuestadas conocen Provincia de Imbabura a través de sus amigos es decir que una Guía fotográfica es nuevo para ellos.

5. ¿Hace qué tiempo visitó la Provincia de Imbabura por última vez?

Tabla N.- 13 Pregunta 5 de la encuesta

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Entre 1 y 6 meses	191	59,63%	59,63%	59,63%
Entre 6 y 12 meses	98	15,52%	15,52%	15,52%
Más de un año	95	34,25%	34,25%	34,25%
Total	384	100%	100%	100%

Elaborado por: Pamela Becerra

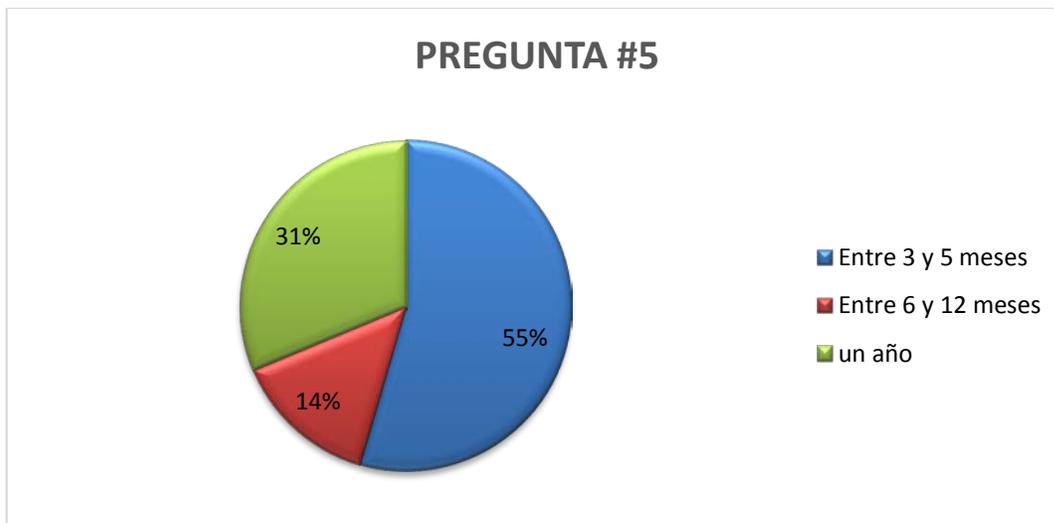


Figura N.- 11 Gráfico pregunta 5

Elaborado por: Pamela Becerra

ANÁLISIS

En esta pregunta adquirimos un porcentaje alto entre 6 y 12 meses y esto nos ayudaría para realizar un producto con mayor información así motivamos a visitar las principales Lagos y Lagunas de la Provincia de Imbabura.

6. ¿Si tendría que calificar a las lagunas de la provincia de Imbabura como un destino turístico que valor le daría?

Tabla N.- 14 Pregunta 6 de la encuesta

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Excelente	130	23,75%	23,75%	23,75%
Bueno	188	28,95%	28,95%	28,95%
Regular	56	34,58%	34,58%	34,58%
malo	10	3,62%	3,62%	3,62%
Total	384	100%	100%	100%

Elaborado por: *Pamela Becerra*

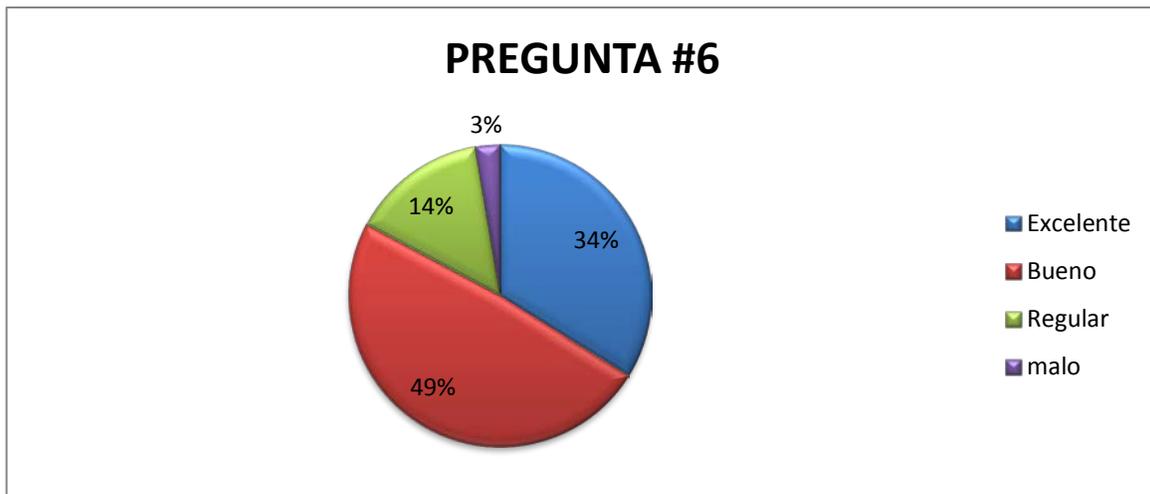


Figura N.- 12 Gráfico pregunta 6

Elaborado por *Pamela Becerra*

ANÁLISIS

En esta pregunta un porcentaje alto recibimos al lugar turístico que queremos promocionar esto nos da un paso positivo para continuar con el producto.

7. ¿Está usted de acuerdo con que se implemente una propuesta innovadora a través de una Guía para la recopilación fotográfica de las principales lagos y lagunas de La Provincia de Imbabura?

Tabla N.- 15 Pregunta 7 de la encuesta

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Si	331	76,19%	76,19%	76,19%
No	53	23,81%	23,81%	23,81%
Total	384	100%	100%	100%

Elaborado por: *Pamela Becerra*

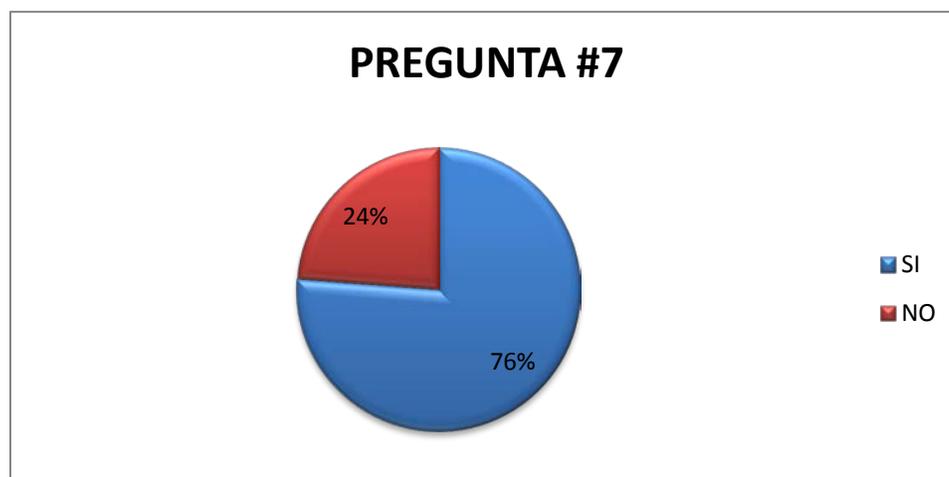


Figura N.- 13 Gráfico pregunta 7

Elaborado por: *Pamela Becerra*

ANÁLISIS

En esta pregunta concluimos y demuestra que la mayoría de las personas encuestadas están de acuerdo con que se implemente una propuesta innovadora a través de una GUIA FOTOGRAFICA de los Principales Lagos y Lagunas.

8. ¿Le gustaría que a través de redes sociales se promocióne una GUIA FOTOGRAFICA de las principales lagos y lagunas de la Provincia de Imbabura?

Tabla N.- 16 Pregunta 8 de la encuesta

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
No	171	54,53%	54,53%	44,53%
Si	223	45,47%	45,47%	55,47%
Total	384	100%	100%	100%

Elaborado por: *Pamela Becerra*

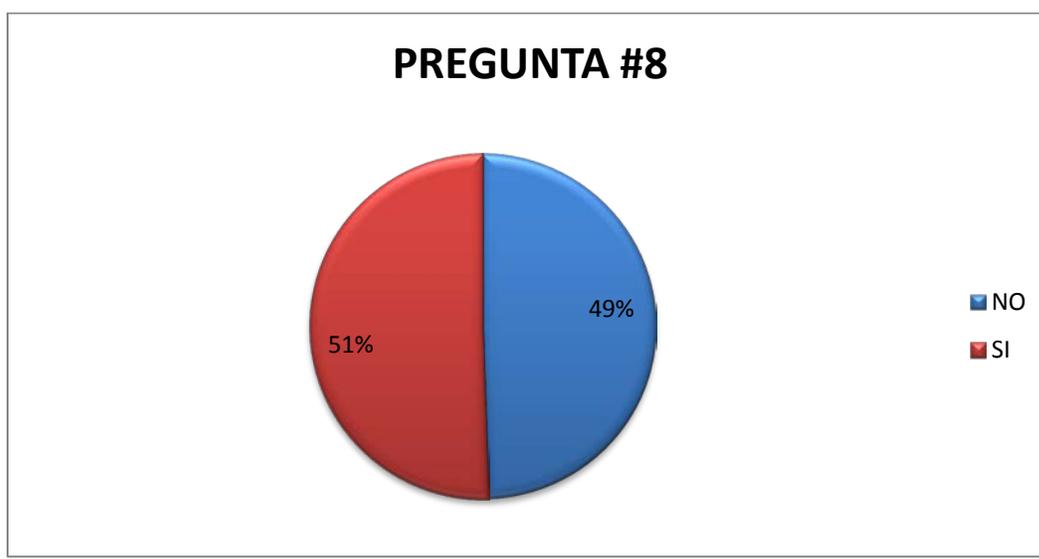


Figura N.- 14 Gráfico pregunta 8

Elaborado por *Pamela Becerra*

ANÁLISIS

En esta pregunta concluimos que a la mayoría de personas encuestadas les gustaría que a través de redes sociales se promocióne una GUIA FOTOGRAFICA de las principales lagos y lagunas de la Provincia de Imbabura.

9 ¿En qué lugar preferiría usted que se distribuya la Guía Fotográfica de los principales lagos y lagunas de la provincia de Imbabura.?

Tabla N.- 17 Pregunta 9 de la encuesta

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Agencias turísticas	81	21,09%	21,09%	21,09%
Sitios turísticos	230	59,89%	59,89%	59,89%
Municipio de la ciudad	73	19,02%	19,02%	19,02%
Total	384	100%	100%	100%

Elaborado por: *Pamela Becerra*

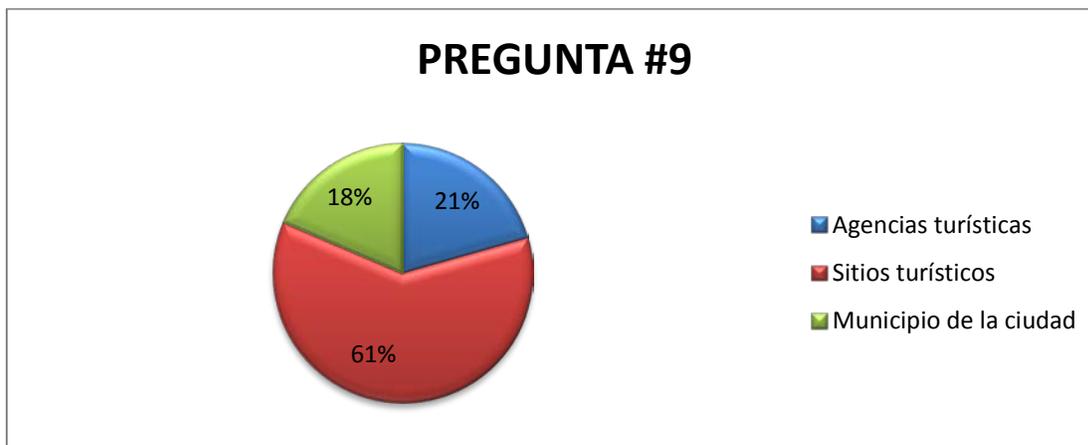


Figura N.- 15 Gráfico pregunta 9

Elaborado por: *Pamela Becerra*

ANÁLISIS

En esta pregunta por el porcentaje alto concluimos que un buen lugar para que se distribuya la Guía Fotográfica son los lugares turísticos donde hay afluencia de personas.

10. ¿ Conoce alguna Guía fotográfica que promocióne los principales lagos y lagunas de la provincia de Imbabura?

Tabla N.- 18 Pregunta 10 de la encuesta

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
No	331	86,19%	86,19%	86,19%
Si	53	13,81%	13,81%	13,81%
Total	384	100%	100%	100%

Elaborado por: *Pamela Becerra*

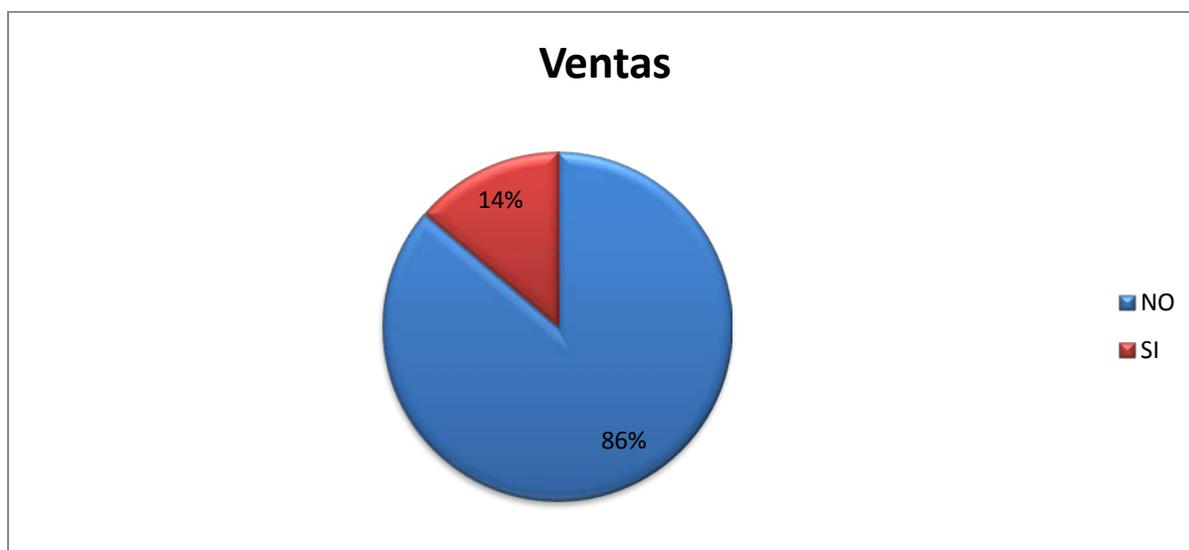


Figura N.- 16 Gráfico pregunta 10

Elaborado por: *Pamela Becerra*

ANÁLISIS

En esta pregunta concluimos que es una buena forma de promocionar los principales lagos y lagunas de la provincia de Imbabura ya que una gran cantidad de personas desconocen de la misma.

5.02 .02 MODELO DE ENTREVISTA

La siguiente entrevista tiene como finalidad tratar de obtener a través del Gobierno Autónomo Descentralizado de la provincia de Imbabura (GAD) información acerca del destino turístico.

1. ¿Que Considera que necesitaría una Guía fotográfica para que los lagos y lagunas sean alternativas turísticas de la provincia de Imbabura?
2. ¿Existe la Información necesaria para motivar a los turistas a visitar el lugar?
3. ¿A través de qué medio ha tenido conocimiento los turistas sobre las alternativas turísticas en la provincia de Imbabura?
4. ¿Qué redes sociales se utiliza para dar a conocer el atractivo turístico?
5. ¿Considera Usted que los lagos y lagunas de la provincia de Imbabura son un destino turístico?
6. ¿Considera que una guía fotográfica de los principales lagos y lagunas de la provincia de Imbabura tendría aceptación por parte del turismo nacional y extranjero?
7. ¿Está usted de acuerdo con que se implemente una propuesta innovadora a través de una Guía para la recopilación fotográfica de las principales lagos y lagunas de La Provincia de Imbabura?
8. ¿En qué lugar preferiría usted que se distribuya la Guia Fotografica?
9. ¿ Conoce alguna Guía fotográfica que promocióne los lagos y lagunas de la provincia de Imbabura?
10. ¿ Existiría apoyo por parte del GAD para este tipo de Proyectos?

5.03 Formulación del proceso de aplicación

Diseño Editorial

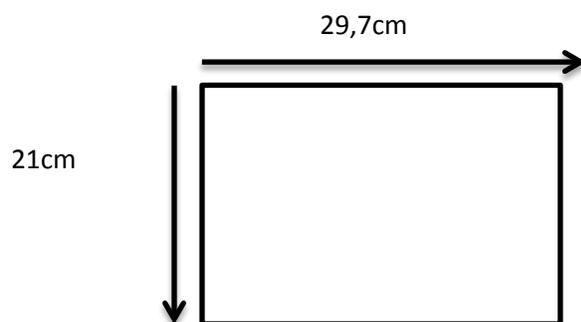
5.04. Planificación

5.04. 01 Propósito: Dar a conocer y promocionar los principales lagos y lagunas de La Provincia de Imbabura a través del diseño de una GUÍA FOTOGRÁFICA

5.04. 02 Tipo de Publicación: Esta publicación es turística, incentivando a turistas nacionales y extranjeros a visitar los principales lagos y lagunas de la provincia de Imbabura. Se pretende llamar la atención con fotografías llamativas que de una u otra forma hagan conocer el lugar acompañadas con un texto que pueda guiar a los que adquieran el producto.

5.04. 03 Temática: Generalmente esta pensada para ser utilizada, y llamar la atención a los turistas que visiten los lugares por eso que con diseño llamativo llamaremos la atención sobre los principales lagos y lagunas de la provincia de Imbabura que es el objetivo principal de esta Guía fotográfica y sus atractivos turísticos, como la comida típica , hoteles , hostales y breves mapas de como llegar a cada uno de los puntos.

5. 04. 04 Formato:



Número de Páginas: 100 paginas

5.05.- Desarrollo

5.05.01.- Mapa de Contenidos

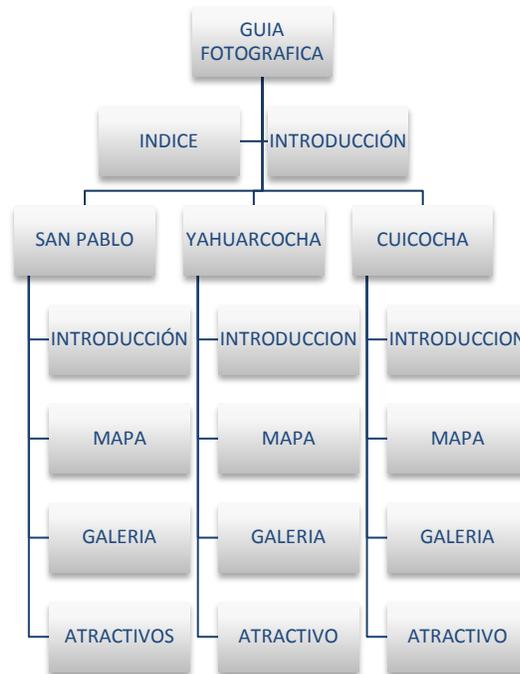
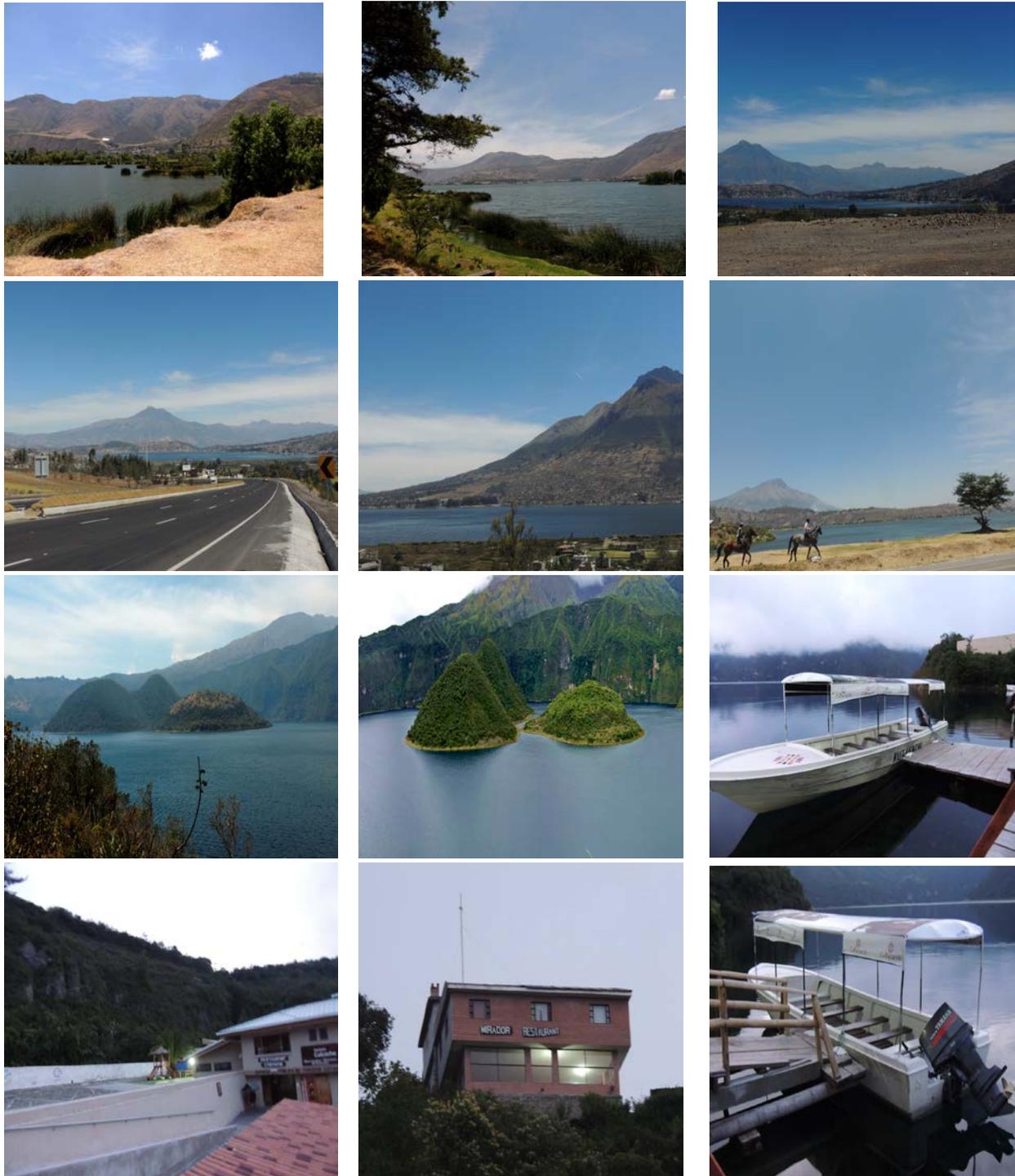


Figura N.- 17 Mapa de contenidos

Elaborado por: Pamela Becerra

5.05.03.- Índice de imágenes

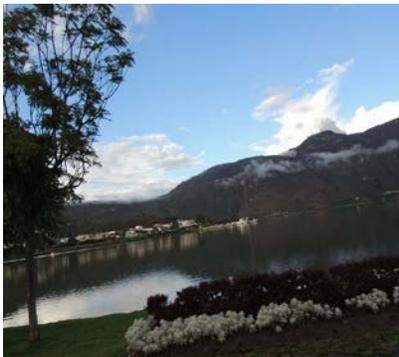


GUÍA PARA LA RECOPIACIÓN FOTOGRÁFICA DE LOS PRINCIPALES LAGOS Y LAGUNAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA (SAN PABLO, YAGUARCOCHA, CUICOCHA)





GUÍA PARA LA RECOPIACIÓN FOTOGRÁFICA DE LOS PRINCIPALES LAGOS Y LAGUNAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA (SAN PABLO, YAGUARCOCHA, CUICOCHA)



5.05.04.- Estilos

ESTILO	FAMILIA TIPOGRAFICA	CARACTERISTICA
<i>Cuerpo de Texto</i>	DUNGEON	Se utilizó una sola tipografía en la elaboración de la Guía Fotográfica para que exista armonía como tal
Mayúsculas	ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ	
Minúsculas	abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz	
Números	1234567890	
Símbolos	!"#\$%&/()=?!*[]_:	

Tabla N.- 19

Elaborado por: Pamela Becerra

5.05.05.- Paginas Masters o Retículas

En la Guía Fotográfica se manejó como retícula mixta, jerárquica, y modulas es decir cuadrículas a través del diseño de páginas maestras, en cada una de las paginas se distribuyeron varios tipos de retícula para llamar la atención del usuario. Se utilizó una

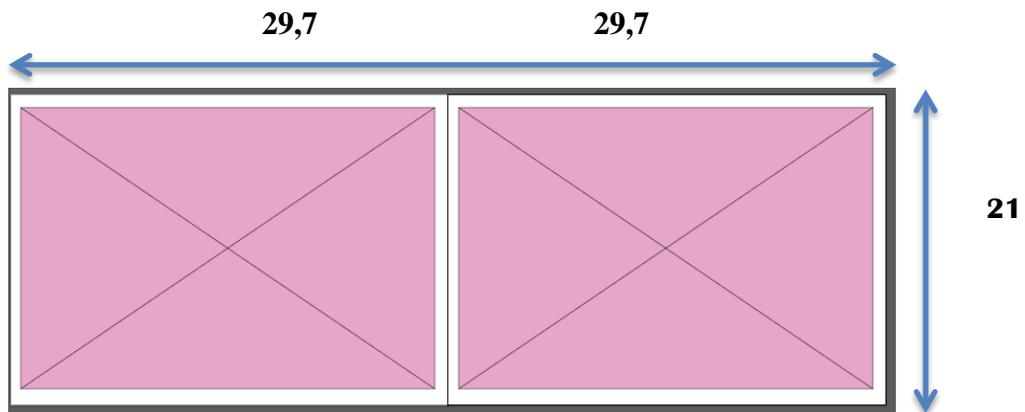


Figura N.- 18 Portada y Contraportada

Elaborado por: Pamela Becerra

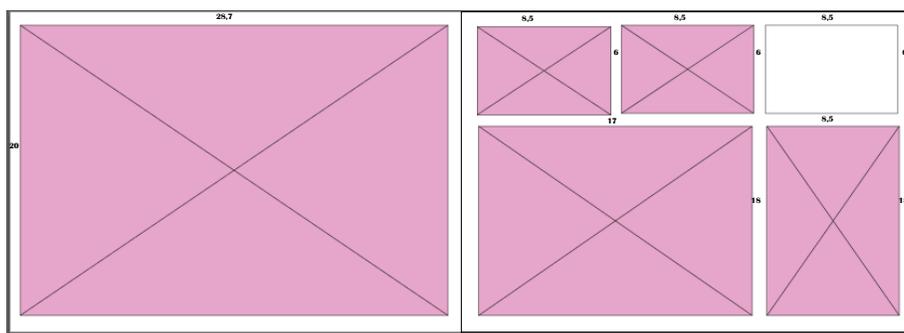


Figura N.- 19 Páginas 6-7, 54-55, 84- 85

Elaborado por: Pamela Becerra

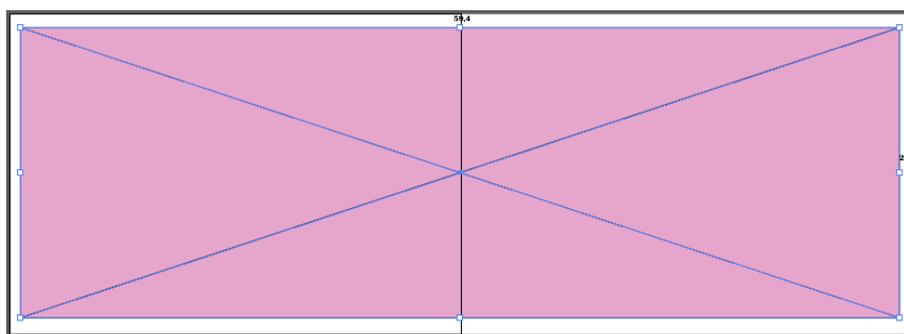


Figura N.- 20 Páginas 10-11, 24-25, 38-39, 50-51, 62-63, 82-83

Elaborado por: Pamela Becerra

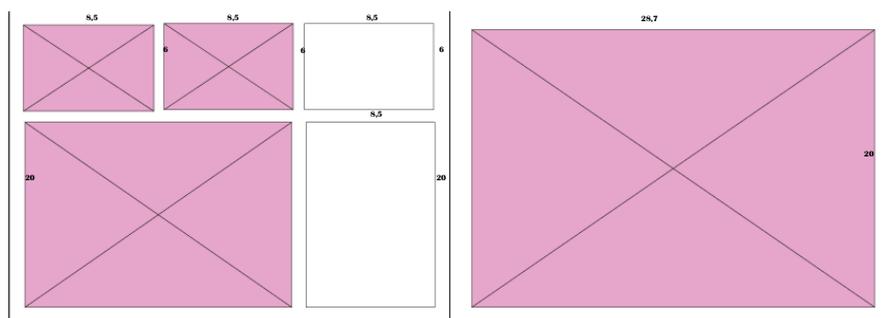


Figura N.- 21 Páginas 12-13, 54-55, 66-67

Elaborado por: Pamela Becerra

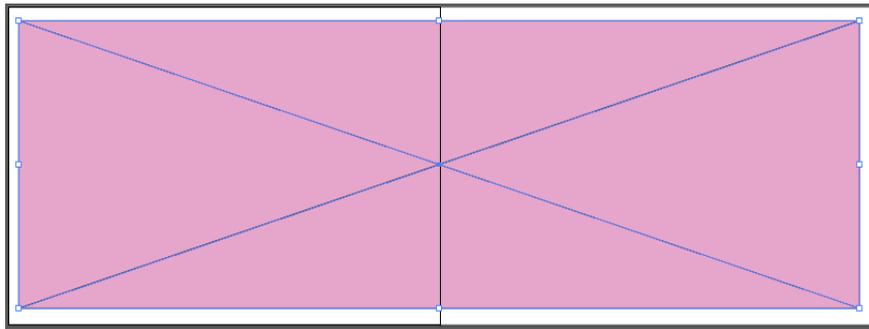


Figura N.- 22

Elaborado por: Pamela Becerra

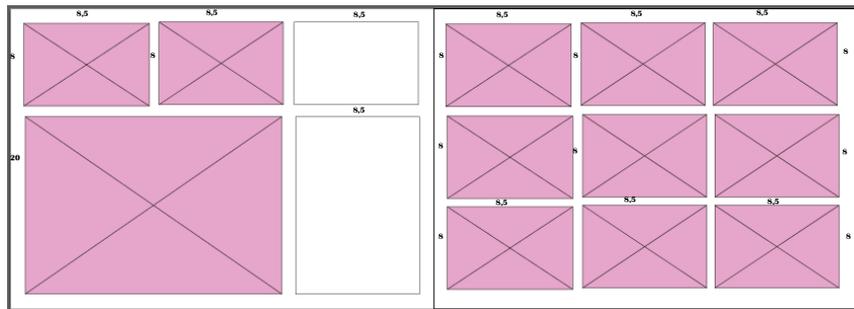


Figura N.- 23

Elaborado por: Pamela Becerra

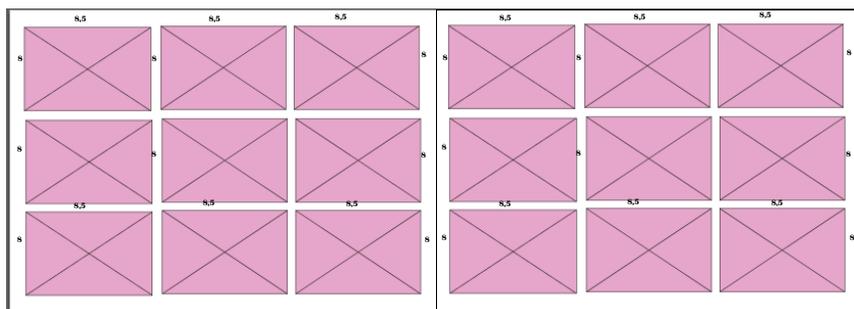


Figura N.- 24

Elaborado por: Pamela Becerra

5.05.06.- Diagramación



Figura N.- 25

Elaborado por: Pamela Becerra



Figura N.- 26

Elaborado por: Pamela Becerra



Figura N.- 27

Elaborado por: Pamela Becerra

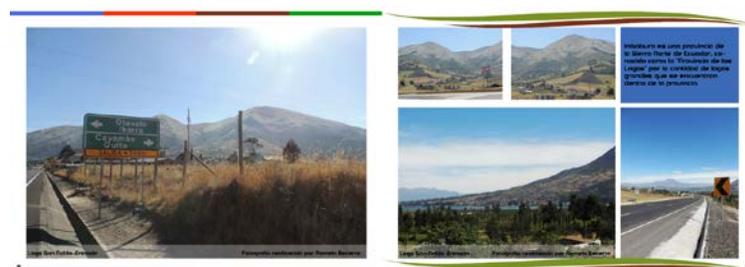


Figura N.- 28

Elaborado por: Pamela Becerra



Figura N.- 29

Elaborado por: Pamela Becerra



Figura N.- 30

Elaborado por: Pamela Becerra

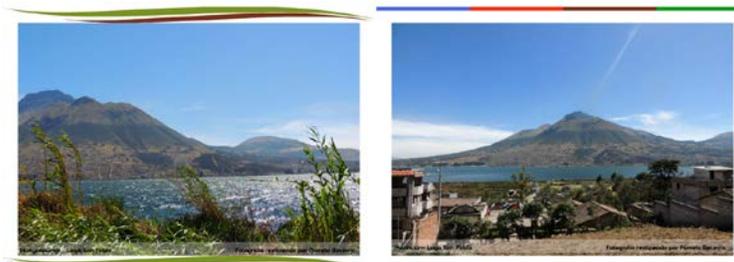


Figura N.- 31

Elaborado por: Pamela Becerra



Figura N.- 32

Elaborado por: Pamela Becerra



Figura N.- 33
Elaborado por: Pamela Becerra



Figura N.- 34
Elaborado por: Pamela Becerra



Figura N.- 35
Elaborado por: Pamela Becerra



Figura N.- 36
Elaborado por: Pamela Becerra



Figura N.- 37
Elaborado por: Pamela Becerra



Figura N.- 38
Elaborado por: Pamela Becerra



Figura N.- 39
Elaborado por: Pamela Becerra



Figura N.- 40
Elaborado por: Pamela Becerra



Figura N.- 41
Elaborado por: Pamela Becerra



Figura N.- 42
Elaborado por: Pamela Becerra



Figura N.- 43
Elaborado por: Pamela Becerra



Figura N.- 44
Elaborado por: Pamela Becerra



Figura N.- 45

Elaborado por: Pamela Becerra



Figura N.- 46

Elaborado por: Pamela Becerra



Figura N.- 47

Elaborado por: Pamela Becerra

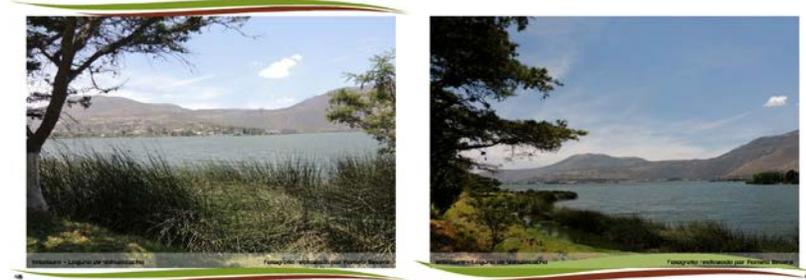


Figura N.- 48

Elaborado por: Pamela Becerra



Figura N.- 49
Elaborado por: Pamela Becerra



Figura N.- 50
Elaborado por: Pamela Becerra



Figura N.- 51
Elaborado por: Pamela Becerra



Figura N.- 52
Elaborado por: Pamela Becerra



Figura N.- 53

Elaborado por: Pamela Becerra



Figura N.- 54

Elaborado por: Pamela Becerra



Figura N.- 55

Elaborado por: Pamela Becerra



Figura N.- 56

Elaborado por: Pamela Becerra



Figura N.- 57
Elaborado por: Pamela Becerra



Figura N.- 58
Elaborado por: Pamela Becerra



Figura N.- 59
Elaborado por: Pamela Becerra



Figura N.- 60
Elaborado por: Pamela Becerra



Figura N.- 61
Elaborado por: Pamela Becerra



Figura N.- 62
Elaborado por: Pamela Becerra



Figura N.- 63
Elaborado por: Pamela Becerra

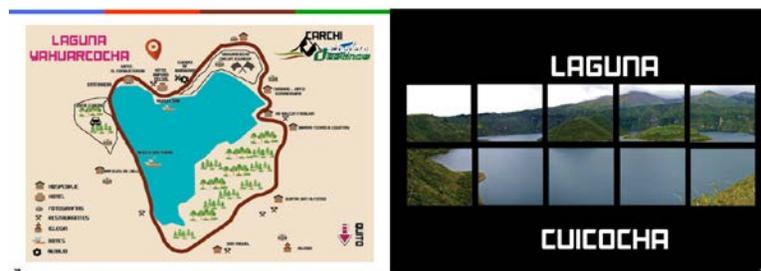


Figura N.- 64
Elaborado por: Pamela Becerra



Figura N.- 65
Elaborado por: Pamela Becerra



Figura N.- 66
Elaborado por: Pamela Becerra



Figura N.- 67
Elaborado por: Pamela Becerra



Figura N.- 68
Elaborado por: Pamela Becerra

GUÍA PARA LA RECOPIACIÓN FOTOGRÁFICA DE LOS PRINCIPALES LAGOS Y LAGUNAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA (SAN PABLO, YAGUARCOCHA, CUICOCHA)



Figura N.- 69

Elaborado por: Pamela Becerra



Figura N.- 70

Elaborado por: Pamela Becerra



Figura N.- 71

Elaborado por: Pamela Becerra



Figura N.- 72

Elaborado por: Pamela Becerra

GUÍA PARA LA RECOPIACIÓN FOTOGRÁFICA DE LOS PRINCIPALES LAGOS Y LAGUNAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA (SAN PABLO, YAGUARCOCHA, CUICOCHA)



Figura N.- 73

Elaborado por: *Pamela Becerra*

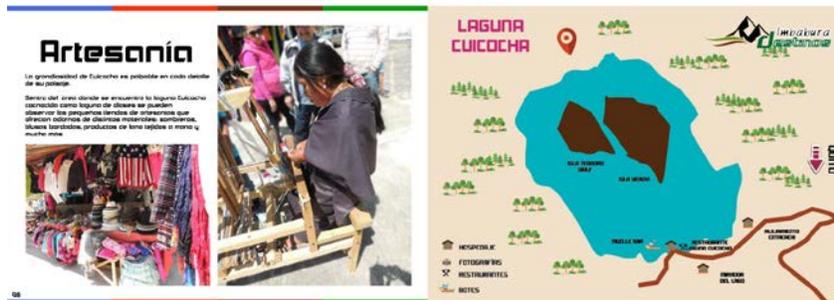


Figura N.- 74

Elaborado por: *Pamela Becerra*



Figura N.- 75

Elaborado por: *Pamela Becerra*

5.05.07.- Imagen Corporativa

5.05.07.01 Presentación del Logotipo

Este logotipo fue realizado de esta manera para rescatar o más bien resaltar la cultura de Imbabura de una manera práctica, sencilla y llamativa.



Figura N.- 76 Logotipo

Elaborado por Pamela Becerra

Descripción de la fuente

ESTILO	FAMILIA TIPOGRAFICA	CARACTERISTICAS
<i>Tipografía</i>	DUNGEON	Se utilizó para la parte inferior del logotipo Destinos
Mayúsculas	ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ	
Minúsculas	abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz	
Números	1234567890	
Símbolos	¡"#\$%&/[]=?*[]_:	
	<i>MV Boldi</i>	Se utilizó para la superior del logotipo dándole una elegancia al nombre de la provincia
Mayúsculas	ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ	
Minúsculas	abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz	
Números	1234567890	
Símbolos	¡"#\$%&/()=?*[]:;_	

Tabla N.- 20

Elaborado por: Pamela Becerra

5.05.07.02 Retículas del logo

Estructura Visual del logotipo

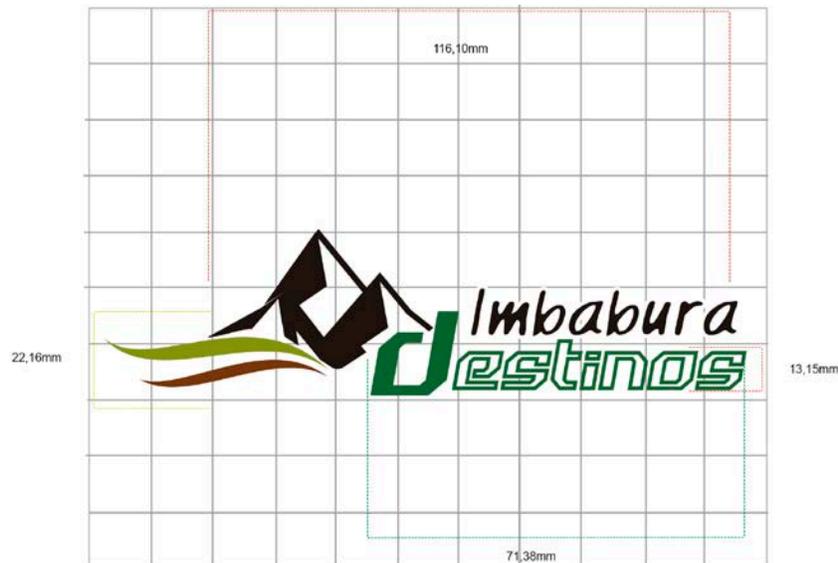


Figura N.- 77

Elaborado por: Pamela Becerra

Estructura Visual de la Tipografía

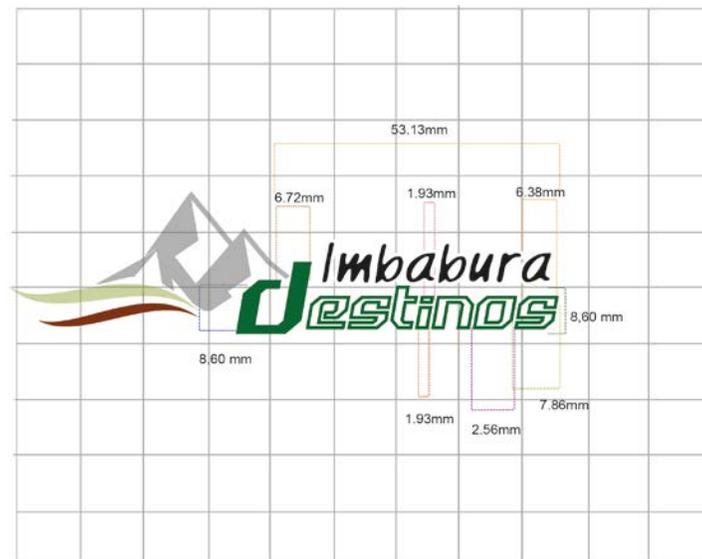


Figura N.- 78

Elaborado por: Pamela Becerra

Estructura Visual del Isotipo

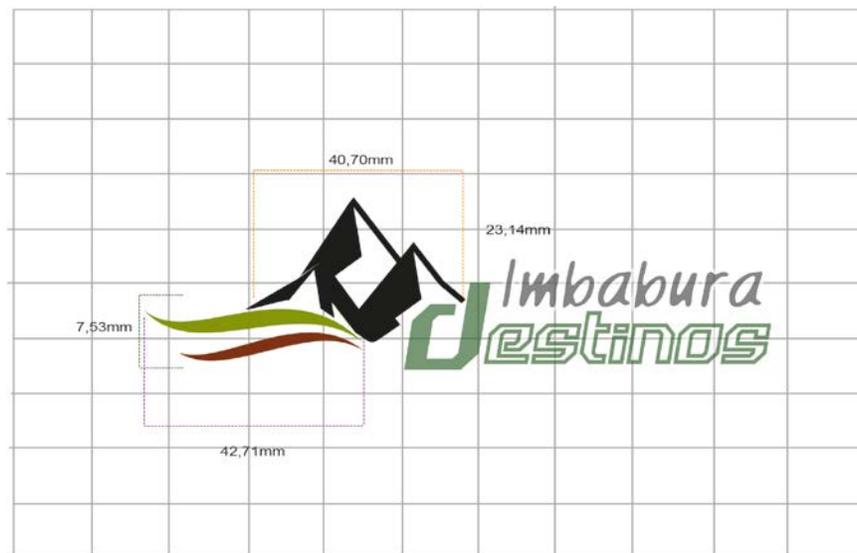


Figura N.- 79

Elaborado por: Pamela Becerra

5.05.07.03 Full Color



Figura N.- 80

Elaborado por Pamela Becerra

5.05.07.04 Escala de Grises



Figura N.- 81

Elaborado por *Pamela Becerra*

5.05.07.05 Positivo y Negativo

POSITIVO



NEGATIVO

Figura N.- 82

Elaborado por *Pamela Becerra*

5.05.07.06 Modos de Color

CORRECTO



Figura N.- 83

Elaborado por Pamela Becerra

INCORRECTO



Figura N.- 84

Elaborado por Pamela Becerra

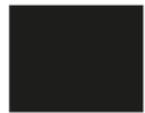
5.05.07.07 CMYK



C: 90 %
M: 30 %
Y: 95 %
K: 30 %



C: 35,16 %
M: 0 %
Y: 100 %
K: 36,33 %



C: 0 %
M: 0 %
Y: 0 %
K: 100 %



C: 35,16 %
M: 84,77 %
Y: 100 %
K: 36,33 %

Figura N.- 85

Elaborado por Pamela Becerra

5.05.07.08 RGB



R: 102 %
G: 5%
B: 100%



R: 135 %
G: 151%
B: 4%



R: 29%
G: 29%
B: 27%



R: 128 %
G: 51%
B: 20%

Figura N.- 86

Elaborado por Pamela Becerra

5.05.07.09 PANTONES



C: 90 % R: 102 %
M: 30 % G: 5 %
Y: 95 % B: 100 %
K: 30 % # 006532

PANTONE: Pantone 554 C



C: 35,16 % R: 135 %
M: 0 % G: 151 %
Y: 100 % B: 4 %
K: 36,33 % # ICICI3

PANTONE: Pantone 614 C



C: 0 % R: 29 %
M: 0 % G: 29 %
Y: 0 % B: 27 %
K: 100 % # 869603

PANTONE: Process Black C



C: 35,16 % R: 128 %
M: 84,77 % G: 51 %
Y: 100 % B: 20 %
K: 36,33 % # 7F3114

PANTONE: Pantone 463 C

Figura N.- 87

Elaborado por *Pamela Becerra*

5.05.07.10 Disposiciones Correctas e Incorrectas



INCORRECTO

No rotar el logotipo

No distorcionar



Evitar el uso incorrecto del logotipo es esencial para proteger y mantener la marca.

Figura N.- 88

Elaborado por *Pamela Becerra*

5.05.07.11 Fondos Correctos e Incorrectos

CORRECTO



Figura N.- 89

Elaborado por *Pamela Becerra*

INCORRECTO



Figura N.- 90

Elaborado por *Pamela Becerra*

5.05.08.- Portada y Contra Portada

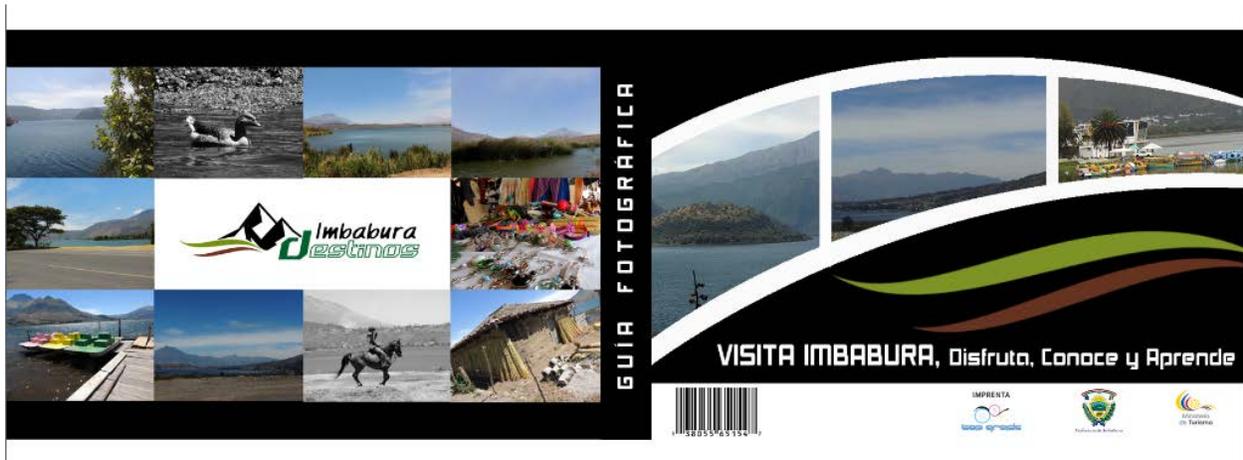


Figura N.- 91
Elaborado por Pamela Becerra

5.05.09.- Maquetación



Figura N.- 92 -93
Elaborado por Pamela Becerra

GUÍA PARA LA RECOPIACIÓN FOTOGRÁFICA DE LOS PRINCIPALES LAGOS Y LAGUNAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA (SAN PABLO, YAGUARCOCHA, CUICOCHA)



Figura N.- 94 -95
Elaborado por Pamela Becerra



Figura N.- 96 -97
Elaborado por Pamela Becerra

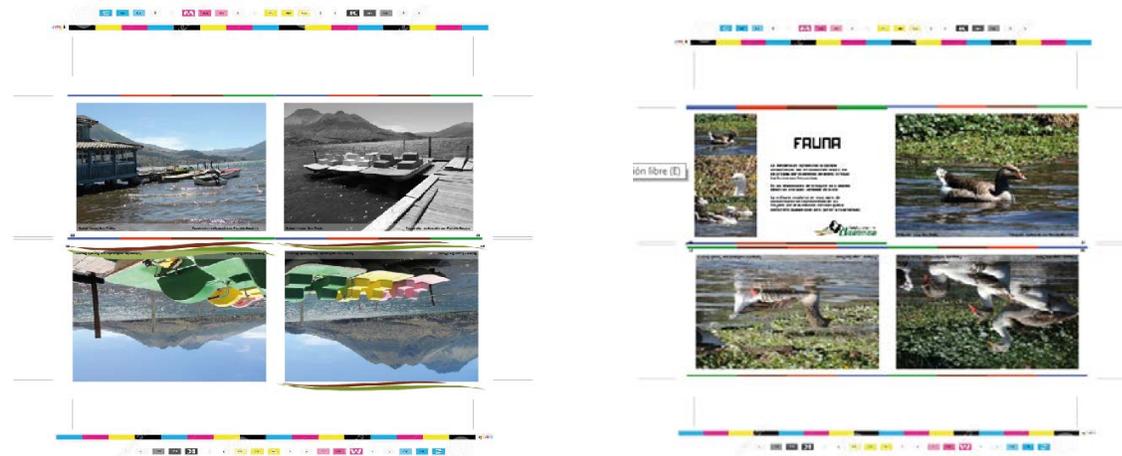


Figura N.- 98-99
Elaborado por Pamela Becerra

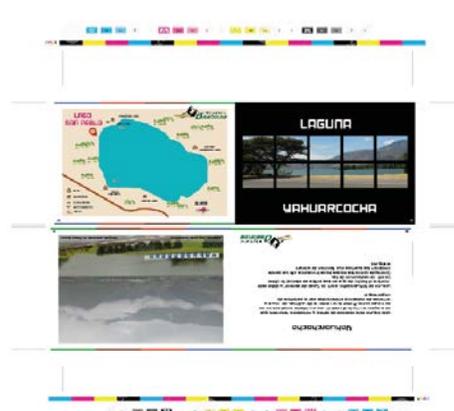


Figura N.- 100 -101
Elaborado por Pamela Becerra

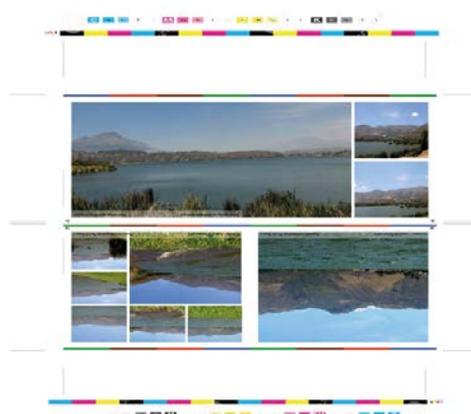
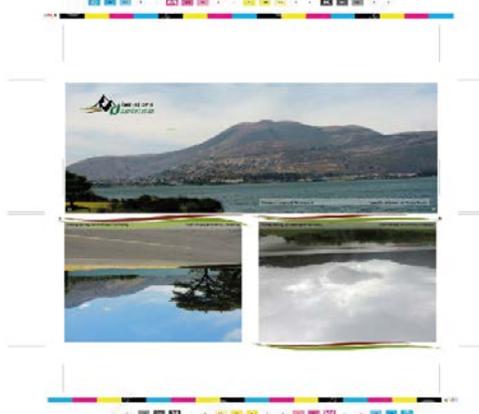


Figura N.- 102 -103
Elaborado por Pamela Becerra

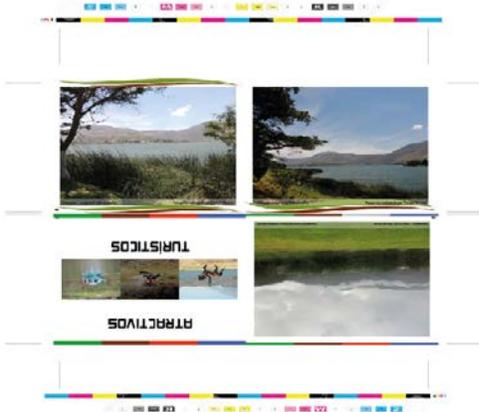


Figura N.- 104 -105
Elaborado por Pamela Becerra

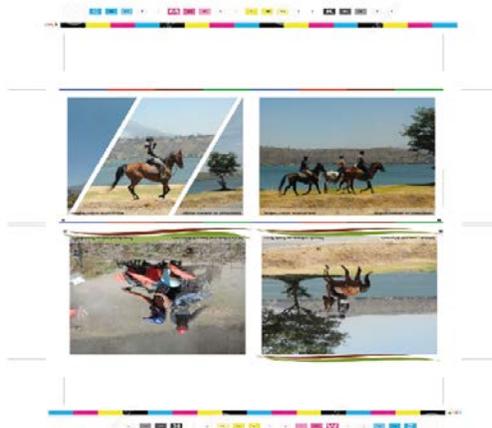


Figura N.- 106 -107
Elaborado por Pamela Becerra

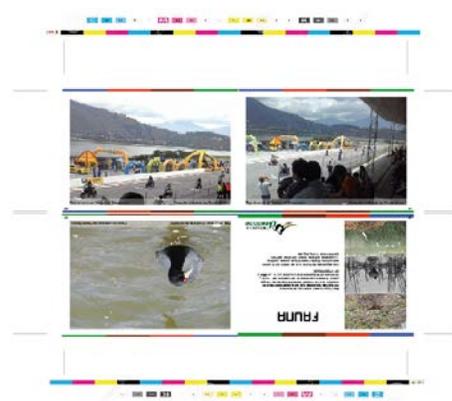
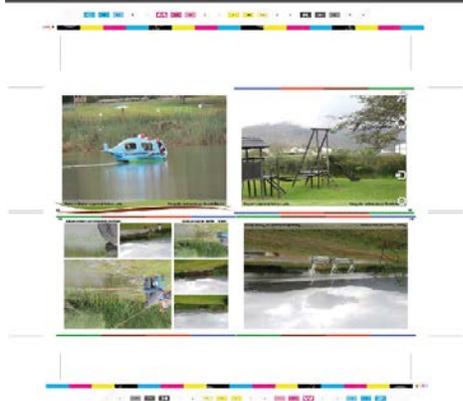


Figura N.- 108 -109
Elaborado por Pamela Becerra



Figura N.- 110 -111
Elaborado por Pamela Becerra

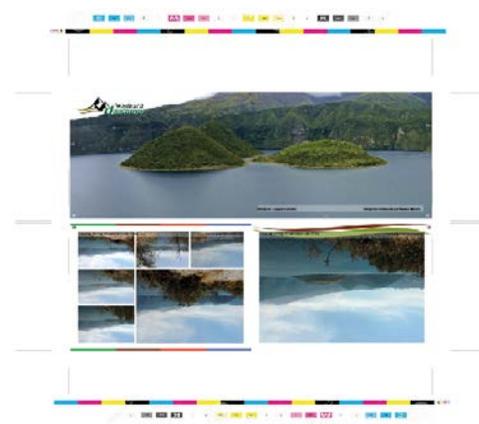


Figura N.- 112-113
Elaborado por Pamela Becerra

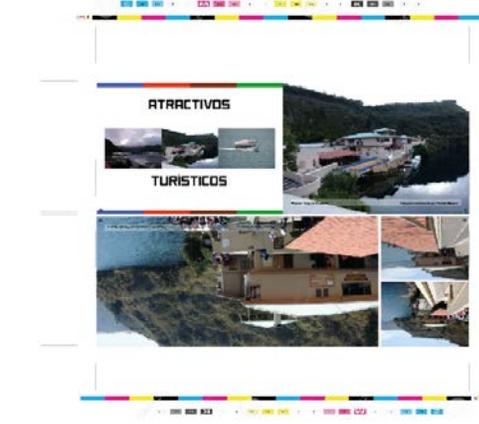


Figura N.- 114 -115
Elaborado por Pamela Becerra



Figura N.- 116 -117
Elaborado por Pamela Becerra

5.05.10.- Pre- Prensa

Medidas de la Guía fotográfica: Tamaño A4 Horizontal de 29,7 x 21cm

- **Tipo de Papel :** Papel especial Ecológico
- **Tintas:** Se utilizará tinta solida (CMYK)

5.05.11.- Prensa

- **Máquina de Impresión:** Gto 52

El proceso de impresión más utilizado hoy en día, es el OFFSET.

El diseño pasara a ser dividido en colores CMYK y plasmado en placas de aluminio, estas ingresan en la máquina que imprime en pliegos de papel, color por color ingresa a la maquina con un registro.

Esta impresión utilizare ya que se hará cantidades grandes y a diferencia del laser esto es mas económico y de mejor calidad.

5.05.12.- Post Prensa

- **Terminados Gráficos :**

PORTADA.- Se realizara en una pasta dura con plastificado UV para su mayor elegancia y presentación.

PAGINAS.- El papel ecológico será refileado y posteriormente tendrá una capa de barniz ya que este no es tan resistente y de esta manera también tendrá un brillo particular.

ENCUADERNADO.- Para unir tanto las hojas portada y contraportada se utilizara la técnica de encuadernación industrial rústica o en tapa dura. Estos procesos se realizaran a través de equipos adecuados dentro de las líneas de encuadernación, de guillotinado. Es importante regular los parámetros tales como, la viscosidad, temperatura, dirección de fibra, humedad relativa, presión, etc. Las hojas con las pastas seran cocidas parte por parte y posteriormente encoladas con presión.

5.06.01. Marketing y Distribución

Para tener una mejor aceptación del producto y de acuerdo a las encuestas se estableció recomendable este tipo de publicidad.

ETAPA	TIPO DE MEDIO	DIMENSIONES GENERALES	CANTIDAD	TIEMPO
LANZAMIENTO	Flyers	Lugares turísticos	1000 unidades	15 días
POSICIONAMIENTO	Roll up Redes Sociales	Lagunas San Pablo Yahuarcocha Cuicocha	3 unidades	1 semana
MANTENIMIENTO	Postales Coleccionables	En la guía fotográfica	450 unidades	Hasta agotar stock

Tabla N.- 21

Elaborado por: Pamela Becerra

FLAYER: Tamaño A5

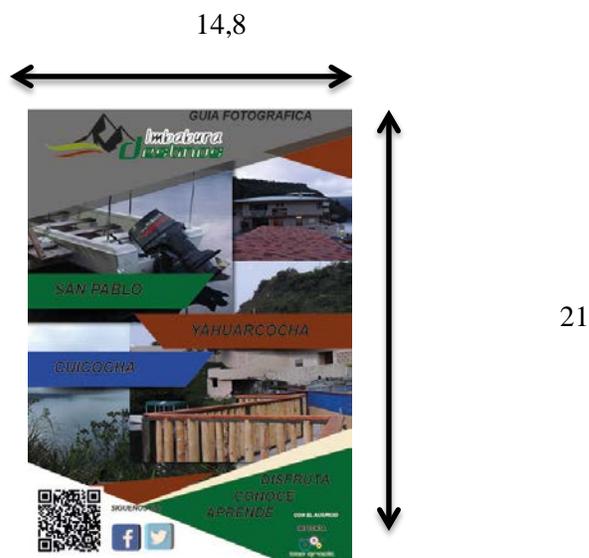


Figura N.- 118

Elaborado por Pamela Becerra

ROLL UP: 200 cm X 80cm

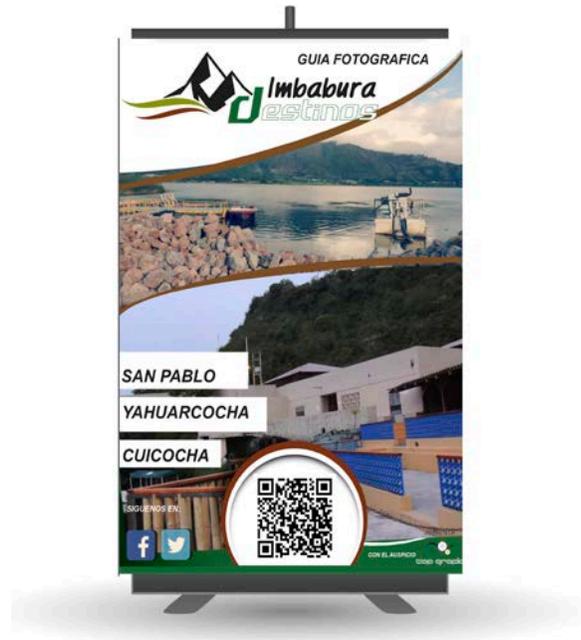


Figura N.- 119

Elaborado por Pamela Becerra

REDES SOCIALES: Facebook- Twitter



Figura N.- 120

Elaborado por Pamela Becerra

POSTALES: 14X12cm

GUÍA PARA LA RECOPIACIÓN FOTOGRÁFICA DE LOS PRINCIPALES LAGOS Y LAGUNAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA (SAN PABLO, YAGUARCOCHA, CUICOCHA)



Figura N.- 121 – 122 – 123
Elaborado por Pamela Becerra

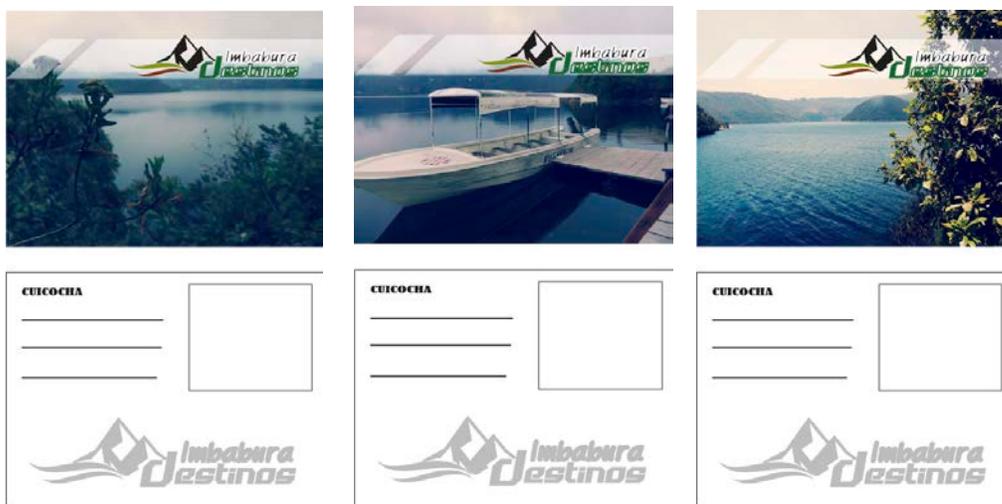


Figura N.- 124 – 125 – 126
Elaborado por Pamela Becerra

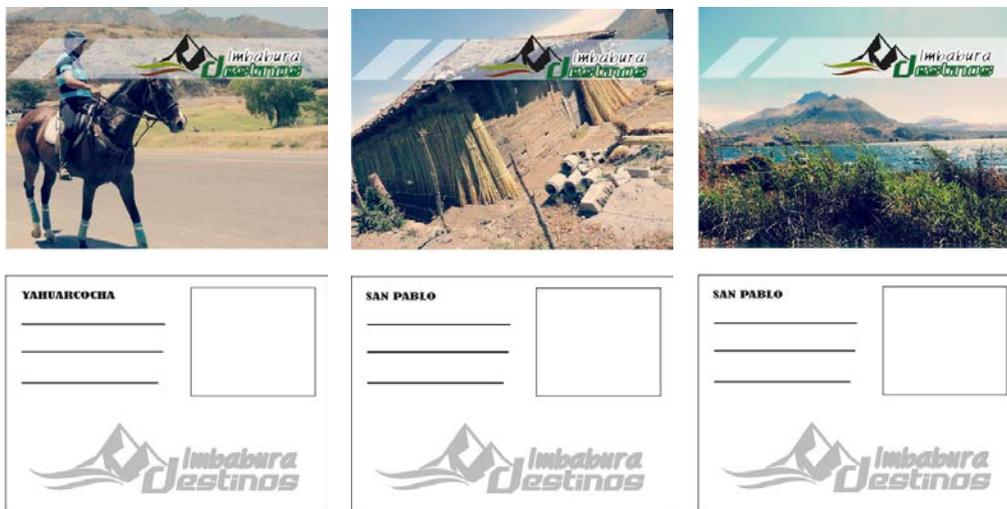
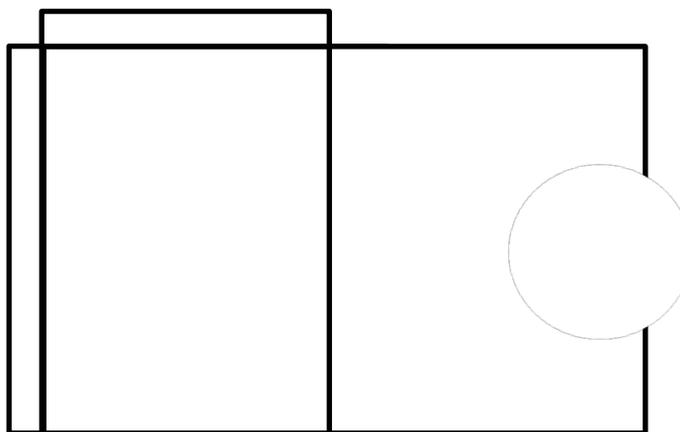


Figura N.- 127 – 128 – 129
Elaborado por Pamela Becerra



EMPAQUE

Figura N.- 130 – 131 – 132
Elaborado por Pamela Becerra

P.O.P

Taza – Botón



Figura N.- 133 – 134

Elaborado por Pamela Becerra

CAPITULO VI

ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.01 Recursos

Técnicos: Herramientas:

Software:

La elaboración de la GUIA FOTOGRAFICA necesito algunos recursos:

- **Adobe Photoshop CS6:**

Este editor de gráficos rasterizados formo parte del desarrollo principalmente del retoque de fotografías y gráficos de la GUIA FOTOGRAFICA , de esta manera se obtuvo la elegancia y calidad que necesita este tipo de productos dominando este sector de imágenes que ocupa la mayoría del producto en sí.

- **Adobe Illustrator CS6:**

Este editor de vectores nos facilitó el diseño de la GUIA FOTOGRAFICA empezando por el logotipo que tiene vectores estilizados definiendo de una manera el mensaje que queremos transmitir. Todo el proceso tiene variedad de vectores y este programa nos apoyó con su desarrollo haciéndolo más creativo y definido a la vez.

Hardware:

- **Computadora**

La herramienta más indispensable ya que posee los programas que se necesita para este trabajo que fue el conjunto de programas, edición y diseño de la GUIA FOTOGRAFIA. La herramienta como tal tiene las características básicas.

- ❖ Un Sistema operativo
- ❖ Procesador Intel® Core
- ❖ Una memoria RAM 32GB
- ❖ Su disco externo de 1 Tera

- **Cámara réflex NIKON P510 Semi-profesional**

Este recurso fue muy indispensable ya que con esto se recopiló las diferentes fotografías que sean datos importantes para el desarrollo de la GUIA FOTOGRAFICA

Humano: Se contó con el apoyo de varias personas que de una u otra manera reunieron sus conocimientos para la realización de la GUIA FOTOGRAFICA.

- Arturo Becerra fue la persona que facilitó el transporte para la recopilación de los diferentes datos que se necesitó en la GUIA FOTOGRAFICA.
- Vanessa Parra aportó con el conocimiento de fotografía.
- Emiliano Rivadeneira y Jordy Zambrano colaboraron con conocimientos básicos de los lugares turísticos para el desarrollo de la GUIA FOTOGRAFICA.

Económicos: Para el desarrollo de la GUIA FOTOGRAFICA este recurso es primordial para poder plasmar lo digital al producto final.

6.02 Presupuestos

Gastos operativos

Tabla N.- 21 Gastos operativos

Cantidad	Detalle	V.Unt	V.Total	Financiamiento
8	Movilización vehicular	10.00	80.00	Propio
6 Meses	Servicios básicos LUZ		45.00	Propio
5 por mes	Constantes impresiones para tutorías (120 hojas de tesis full color)	0.25	150.00	Propio
8	Alimentaciones	10	50.00	Propio
6 Meses	Internet		125.00	Propio
	Suministros de oficina esfero, cuadernos, Papeles, etc.		5.00	Propio
2	Anillados	3.50	7.00	Propio
2	Empastados	6.00	12.00	Propio
	VALOR TOTAL \$		474,00	Propio

Elaborado por: Pamela Becerra

Aplicación del proyecto

Tabla N.- 22 Aplicación del proyecto

Cantidades	Detalles	Valor.Unt	Valor.Total
	Gastos operativos		300,00
1000	Publicidad		1000,00
5	Flayer,		175,00
100	Roll up, Material P.O.P.		200,00
250	Impresión	1.20	300,00
250	Elaboración	1,20	300,00
100	Material extra	1.25	125,00
	SUBTOTAL		2,130.000
	10% DE IMPREVISTOS		213,000
	VALOR TOTAL		2,343,000

Elaborado por: *Pamela Becerra*

6.3 Cronograma

Tabla N.- 23 Cronograma

No	Actividad	Responsable	Tiempo				Resultados Esperados	
			mes	semana				
1	Aprobación del tema del proyecto	Dirección de escuela	Diciembre				x	Aprobación para iniciar desarrollo del proyecto
2	Desarrollo de los antecedentes de la propuesta	<i>Pamela Becerra</i>	Enero				x	Establecer el concepto del problema, cubrir la Matriz T.
3	Desarrollo de análisis de involucrados	<i>Pamela Becerra</i>	Enero				x	Proceder con un análisis de los involucrados realizando mapeo y matriz de análisis.
4	Elaboración de problemas y objetivos de la propuesta	<i>Pamela Becerra</i>	Febrero			x		Analizar los problemas y objetivos para obtener una mejor guía en el desarrollo del proyecto.
5	Realizar análisis de alternativas del proyecto	<i>Pamela Becerra</i>	Marzo	x				Obtener alternativas de las acciones, tamaño, localización y análisis del proyecto, observando estrategias para realizar revisión, selección y verificación de involucrados y supuestos.
6	Elaborar la propuesta, con el tema escogido	<i>Pamela Becerra</i>	Marzo	x	x			Obtener resultados de la propuesta que se va a realizar sobre el tema del proyecto.
7	Desarrollo del producto	<i>Pamela Becerra</i>	Marzo	x	x			Ir a la provincia de Imbabura para capturar fotografías de los principales lagos y lagunas
8	Desarrollo del producto	<i>Pamela Becerra</i>	Abril		x	x		La recopilación de fotografías sigue con la obtención de datos a través de entrevistas

9	Desarrollo del producto	<i>Pamela Becerra</i>	Abril			x	x	Recopilación de últimas fotografías e inicio del diseño de las plantillas de la propuesta
11	Desarrollo del producto	<i>Pamela Becerra</i>	Abril				x	Diseño y diagramación de la propuesta
12	Desarrollar los aspectos administrativos	<i>Pamela Becerra</i>	Abril				x	Plasmar recursos, técnicos, humanos, económico, realizar un presupuesto de gastos operativos, obtener un cronograma de las actividades realizadas durante el transcurso del proyecto.
13	Conclusiones y recomendaciones	<i>Pamela Becerra</i>	Abril				x	Se saca conclusiones, recomendaciones y colocar anexos que se han obtenido del proyecto.
14	Entrega del primer borrador para el lector	Ing. William Ortega	Abril		x			Primer borrador de la tesis realizada para su aprobación final
15	Últimas correcciones del esquema del producto	<i>Pamela Becerra</i>	Mayo			x		Presentación de las últimas correcciones
17	Entrega de la carta de aprobación firmada por el tutor al lector	Ing. Ivan Cruz	Mayo			x		Entrega de anillados al tutor y al lector
23	Entrega de las actas firmadas del lector al consejo de carrera	Ing. William Ortega	Mayo			X		Después de las respectivas correcciones, proseguirá con la firma del acta para la aprobación en el consejo de carrera.
16	Entrega de tesis y producto	<i>Pamela Becerra</i>	Junio			X		Entrega.

Elaborado por: *Pamela Becerra*

CAPITULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

1. Encontramos las necesidades de los turistas para adquirir la GUÍA FOTOGRÁFICA.
2. Proporcionaremos la información que estaba ausente para conocer a los principales lagos y lagunas de la provincia de Imbabura.
3. Los turistas nacionales y extranjeros acudirán a los sitios turísticos para conocer cada uno de sus atractivos.
4. Generaremos a través de este producto ingresos a cada una de las poblaciones que se encuentran en la provincia de Imbabura.
5. El material publicitario será de gran ayuda para motivar adquirir nuestra GUIA FOTOGRAFICA.
6. La selección de fotos fue la adecuada para que el turista no solo se informe con el texto sino aprecie de una u otra forma lo que va llegar a visitar.
7. Los materiales promocionales para mantener el producto serán por temporadas para causar una motivación en los turistas.
8. Vamos a incentivar a turistas nacionales ya que por la falta de información no visitan lo que hay en el país.
9. Colocamos mapas así los turistas podrán localizar directamente lo que buscan en el sitio turístico.
10. El precio será accesible y no tendrá incrementos para que el producto se distribuya de mejor manera

Recomendaciones

1. La calidad de papel siempre sea la adecuada para que no se baje la nitidez de las fotografías como tal.
2. Las actualizaciones tendrán que ser con la misma imagen corporativa.
3. Se recomienda que se dé la mejora del proyecto con constantes actualizaciones
4. Se debería expandir la información a más sitios turísticos del sector o de sus alrededores
5. Se debe implementar más métodos para la distribución de este producto.
6. Se debe acoger las necesidades que se presente por el grupo objetivo.
7. Se debería ver la posibilidad que esto no solo que como editorial sino también se implemente en multimedia.
8. Incluir más fotografías, para de esta manera llamar mucho más la atención del espectador

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

https://es.wikipedia.org/wiki/Provincia_de_Imbabura

<http://www.imbabura.gob.ec/>

http://www.ecured.cu/Provincia_de_Imbabura

<http://www.visitaecuador.com/ve/mostrarRegistro.php?idRegistro=281>

<http://www.ecuador.com/espanol/blog/la-provincia-de-imbabura-hogar-de-la-ciudad-blanca-y-mas/>

<http://ecuadorextremo.com/provincias/imbabura.htm>

<http://lluay2.blogspot.com/>

<http://www.editorialox.com/imbabura.htm>

<http://www.portal-brasil.com/ECUADOR/lbarra/Lagos%20lbarra.htm>

<https://www.pinterest.com/marquín58/ecuador-lagunas-de-imbabura-los-azules-ojos-del-ci/>

<https://olprmogj97.wordpress.com/otros/>

<https://prezi.com/lw3iniuocseg/ruta-de-lagos-y-lagunas-de-la-provincia-de-imbabura-2015-201/c>

<http://dani-jedany.blogspot.com/>

http://www.booking.com/searchresults.es.html?aid=318615;label=New_Spanish_ES_EC_26746722625-DkcjY7*G3LNPHOOtHRc35gS100761267865%3Apl%3Ata%3Ap1%3Ap2%3Aac%3Aap1t1%3Aneg%3Afi%3Atidsa-195228952105%3Alp%3Ali%3Adec%3Adm;sid=8c586010b240e6e3a0164bcf92e8fa5e;dcid=4;dest_id=-931336;dest_type=city;highlighted_hotels=461302;hlrd=6;redirected=1;source=hotel&gclid=CN-9x_ug4MwCFUYehgodYrYLiA&tfl_cwh=1

<http://www.cabanasdellago.com.ec/>

<http://www.touribarra.gob.ec/esp/index.php/lago-san-pablo>

<http://www.viajandox.com/imbabura/laguna-san-pablo-otavalo.htm>

http://www.ecostravel.com/ecuador/ciudades-destinos/lago_san_pablo_otavalo.php

<http://www.mirage.com.ec/es-es/serviciosadicionales/sanpablolake.aspx>

<http://www.touribarra.gob.ec/esp/index.php/laguna-de-yahuarcocha>

GUÍA PARA LA RECOPIACIÓN FOTOGRÁFICA DE LOS PRINCIPALES LAGOS Y
LAGUNAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA
(SAN PABLO, YAGUARCOCHA, CUICOCHA)



<http://www.ancient-origins.es/lugares-antiguos-americas/lago-sangre-la-oscura-historia-la-laguna-yahuarcocha-ecuador-002734>

<http://www.viajandox.com/imbabura/laguna-yahuarcocha-ibarra.htm>

<http://www.ancient-origins.net/ancient-places-americas/lake-blood-dark-history-laguna-yahuarcocha-ecuador-003415>

https://www.tripadvisor.es/LocationPhotoDirectLink-g312858-d5953682-i168771229-Laguna_de_Yahuarcocha-Ibarra_Imbabura_Province.html

<http://www.viajandox.com/imbabura/laguna-cuicocha-cotacachi.htm>

<http://www.touribarra.gob.ec/esp/index.php/laguna-de-cuicocha>

<http://www.andes.info.ec/es/videos-turismo-reportajes/822.html>