



CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

ELABORACIÓN DE UNA REVISTA IMPRESA SOBRE LOS DIFERENTES  
ATRATIVOS TURÍSTICOS QUE POSEE LA PARROQUIA DE TUMBACO,  
PARA INCREMENTAR EL CONOCIMIENTO DE LOS TURISTAS  
NACIONALES SOBRE LOS ENCANTOS NATURALES DE LA PARROQUIA

**Trabajo de Titulación previo la obtención del título de Tecnólogo Diseño  
Gráfico**

**AUTOR: JORGE IVÁN PISUÑA TUZA**

**DIRECTORA: Lcda. Anaya Cruz Machado**

**Quito, junio 2019**

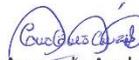
## ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Quito, 8 de Junio de 2019

El equipo asesor del trabajo de Titulación de las Sr. (Srta.) **PISUÑA TUZA JORGE IVÁN**, de la carrera de Diseño Gráfico, cuyo tema de investigación fue **Elaboración de una revista impresa sobre los diferentes atractivos turísticos que posee la parroquia de Tumbaco, para incrementar el conocimiento de los turistas nacionales sobre los encantos naturales de la parroquia.**, una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.



Lcda. Anaya Cruz  
Tutor – Revisor del Proyecto



Ing. Armando Analuisa  
Lector del Proyecto



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"

CONSEJO DE CARRERA



DISEÑO GRÁFICO  
Ing. Raquel Andrade

Delegado Unidad de Titulación



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"

DIRECCIÓN DE CARRERA



DISEÑO GRÁFICO  
Ing. Lizeth Guerrero

Directora de Carrera

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

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Jorge Iván Pisuña Tuza, declaro bajo juramento que la investigación es absolutamente original, auténtica, es de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas, resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



---

Jorge Iván Pisuña Tuza

C.C: 1717794588

---

## LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Jorge Iván Pisuña Tuza portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 1717794588 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado elaboración de una revista impresa sobre los diferentes atractivos turísticos que posee la parroquia de Tumbaco, para incrementar el conocimiento de los turistas nacionales sobre los encantos naturales de la parroquia con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

**Firma** \_\_\_\_\_



**Nombre** Jorge Iván Pisuña Tuza

**Cedula** 1717794588

Quito, Junio/2019

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios en primer lugar por darme la oportunidad de cumplir una meta más, por haberme brindado salud, bienestar y sobre todo la fuerza para poder llegar a este punto importante.

A mi familia en general madre, padre, hermanos por brindarme el apoyo incondicional en todo momento, por su gran ejemplo de vida, su lucha y perseverancia para buscar el bienestar familiar, especialmente a mi Madre que gracias a ella pude formarme como un hombre de bien con su enseñanza, sus valores, su entrega y confianza que deposito en mí.

Al Instituto Superior Tecnológico Cordillera por su gran acogida en este tiempo académico, un agradecimiento especial a mi tutor Ing. Anaya Cruz por el apoyo incondicional y por guiarme en el desarrollo de este proyecto, por la confianza y respeto brindado, a mis profesores que contribuyeron en mi formación tecnológica y formaron parte de esta etapa importante de la vida, a mis compañeros y cada persona que estuvo a mi lado en este proceso de aprendizaje y superación.

## DEDICATORIA

Dedico este proyecto a Dios que sin él no habría llegado a culminar este sueño tan importante, por la fuerza que me dio y la decisión en cada paso de esta importante etapa.

Dedico a mi madre que es la persona que lucha por el bienestar de cada uno de sus hijos, a mis hermanos, a mi novia y primos que siempre me brindan su apoyo

## ÍNDICE GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTORÍA .....	i
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL.....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
DEDICATORIA.....	iv
ÍNDICE GENERAL .....	v
ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
ÍNDICE DE FIGURAS.....	x
ÍNDICE DE ANEXOS .....	xiv
RESUMEN EJECUTIVO .....	xv
ABSTRACT .....	xvi
INTRODUCCIÓN .....	xvii
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>1</b>
1. Antecedentes .....	1
1.01 Contexto .....	1
1.02 Justificación.....	2
1.03 Definición del Problema Central (Matriz T).....	4
<b>CAPÍTULO II .....</b>	<b>5</b>
2.00 Análisis de Involucrados .....	5
2.01. Mapa de Involucrados .....	5
2.02. Matriz de Análisis y Selección con los Involucrados .....	6
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>7</b>
3.00 Problemas y Objetivos .....	7
3.01 Árbol de Problemas.....	7
3.02 Árbol de Objetivos .....	8

---

<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>9</b>
4.00 Análisis de Alternativas .....	9
4.01.01 Tamaño del Proyecto .....	10
4.01.02 Localización del Proyecto .....	11
4.01.03 Análisis Ambiental.....	12
4.02 Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos .....	13
4.03. Diagrama de Estrategia .....	14
4.04 Construcción de Matriz de Marco Lógico .....	15
4.04.01 Revisión de Criterios para los Indicadores .....	15
4.04.02. Selección de Indicadores.....	20
4.04.03 Medios de Verificación .....	24
4.04.04 Supuestos .....	31
4.04.05 Matriz de Marco Lógico.....	35
<b>CAPITULO V.....</b>	<b>39</b>
5.00 La Propuesta.....	39
5.01 Antecedentes .....	39
5.01.01 Turismo .....	39
5.01.02 Turismo en el Ecuador .....	39
5.01.03 Turista .....	40
5.01.04 Revista.....	40
5.01.05 Realidad Aumentada .....	40
5.01.06 Fotografía .....	41
5.01.07 Cámara Fotográfica.....	43
5.01.08 Publicidad.....	43
5.01.09 Estrategia Creativa .....	43

---

5.01.10 Cinema 4D .....	44
5.01.11 Adobe Ilustrador.....	44
5.01.12 Adobe Photoshop .....	44
5.01.13 Adobe Indesign .....	45
5.02 Descripción de la Herramienta.....	45
5.02.01 Encuesta .....	45
5.02.02 Modelo de Encuesta .....	46
5.02.02 Análisis de la Encuesta.....	48
5.03. Formulación del Proyecto de Aplicación .....	56
5.03.01 Planificación.....	56
5.03.02 Desarrollo .....	57
5.04 Imagen Corporativa.....	78
5.04.01 Logotipo .....	78
5.04.02 Tipografía.....	79
5.04.03 Retícula .....	79
5.04.04 Colores Corporativos .....	80
5.04.05 Tamaño Mínimo y Máximo .....	80
5.04.06 Portada .....	82
5.04.07 Maquetación.....	82
5.05 Pre-Prensa .....	95
5.05.01 Prensa .....	95
5.05.02 Post Prensa .....	95
5.05.03 Marketing y Distribución .....	95
5.05.04 Estrategia Creativa .....	95
5.05.05 Diseño de Piezas Publicitarias .....	96

---

<b>CAPÍTULO VI</b> .....	<b>99</b>
6.00 Aspectos Administrativos .....	99
6.01 Recursos .....	99
6.01.01 Técnicos -Tecnológicos .....	99
6.01.02. Humano .....	100
6.01.03. Económico.....	100
6.02. Presupuestos .....	100
6.02.01 Costo de Diseño .....	100
6.02.02 Gastos Operativos .....	101
6.02.03 Aplicación del Proyecto .....	101
6.03 Cronograma.....	102
<b>CAPITULO VII</b> .....	<b>103</b>
7. Conclusiones y Recomendaciones .....	103
7.01. Conclusiones .....	103
7.02. Recomendaciones.....	105
7.03 Referencias Bibliográficas .....	106
<b>Anexos</b> .....	<b>111</b>

---

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz T.....	4
Tabla 2 Matriz de Análisis de Involucrados .....	6
Tabla 3 Matriz de Análisis de Impacto .....	13
Tabla 4 Revisión de los Criterios para Indicadores .....	15
Tabla 5 Selección de Indicadores.....	20
Tabla 6 Medios de Verificación.....	24
Tabla 7 Supuestos .....	31
Tabla 8 Matriz de Marco Lógico .....	35
Tabla 9 Pregunta 1 .....	48
Tabla 10 Pregunta 2 .....	49
Tabla 11 Pregunta 3 .....	50
Tabla 12 Pregunta 4 .....	51
Tabla 13 Pregunta 5 .....	52
Tabla 14 Pregunta 6 .....	53
Tabla 15 Pregunta 7 .....	54
Tabla 16 Pregunta 8 .....	55
Tabla 17 Índice de Imágenes.....	58
Tabla 18 Estilo .....	65
Tabla 19 Tipografía.....	79
Tabla 20 Recursos Humanos.....	100
Tabla 21 Costo de Diseño .....	100
Tabla 22 Gastos Operativos .....	101
Tabla 23 Aplicación del Proyecto .....	101
Tabla 24 Cronograma.....	102

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Mapa de Involucrados .....	5
Figura 2: Árbol de Problemas .....	7
Figura 3: Árbol de Objetivos .....	8
Figura 4: Matriz de Análisis de Alternativas e Identificación de Acciones.....	9
Figura 5: Localización del Proyecto de la Parroquia de Tumbaco .....	11
Figura 6: Diagrama de Estrategias .....	14
Figura 7: Pregunta 1 / ¿Considera la Parroquia de Tumbaco un sector turístico? .....	48
Figura 8: Pregunta 2 / ¿Cómo calificaría la actividad turística actual de la Parroquia? .....	49
Figura 9: Pregunta 3 / ¿Con que frecuencia realiza actividades turísticas en la parroquia?.....	50
Figura 10: Pregunta 4 / ¿Qué tipo de actividades turísticas le gusta realizar en la Parroquia? .....	51
Figura 11: Pregunta 5 / ¿Qué lugar considera tiene mayor atractivo para el turista? .....	52
Figura 12: Pregunta 6 / ¿Emplean estrategias de difusión para promocionar la Parroquia? .....	53
Figura 13: Pregunta 7 / ¿Qué medio utilizan para promocionar la actividad turística de la Parroquia?.....	54
Figura 14: Pregunta 8 / ¿Considera que con la implementación de una revista puede ayudar para la actividad turística de la zona?.....	55
Figura 15: Mapa de Contenidos .....	57
Figura 16: Página maestra.....	66
Figura 17: Retícula 1 .....	66
Figura 18: Retícula 2.....	66

---

Figura 19: Retícula 3.....	67
Figura 20: Retícula 4.....	67
Figura 21: Retícula 5.....	67
Figura 22: Retícula 6.....	68
Figura 23: Retícula 7.....	68
Figura 24: Retícula 8.....	68
Figura 25: Retícula 9.....	69
Figura 26: Retícula 10.....	69
Figura 27: Retícula 11.....	69
Figura 28: Diagramación 1.....	70
Figura 29: Diagramación 2.....	70
Figura 30: Diagramación 3.....	70
Figura 31: Diagramación 4.....	71
Figura 32: Diagramación 5.....	71
Figura 33: Diagramación 6.....	71
Figura 34: Diagramación 7.....	72
Figura 35: Diagramación 8.....	72
Figura 36: Diagramación 9.....	72
Figura 37: Diagramación 10.....	73
Figura 38: Diagramación 11.....	73
Figura 39: Diagramación 12.....	73
Figura 40: Diagramación 13.....	74
Figura 41: Diagramación 14.....	74
Figura 42: Diagramación 15.....	74
Figura 43: Diagramación 16.....	75

---

Figura 44: Diagramación 17.....	75
Figura 45: Diagramación 18.....	75
Figura 46: Diagramación 19.....	76
Figura 47: Diagramación 20.....	76
Figura 48: Diagramación 21.....	76
Figura 49: Diagramación 22.....	77
Figura 50: Diagramación 23.....	77
Figura 51: Diagramación 24.....	77
Figura 52: Diagramación 25.....	78
Figura 53: Logotipo .....	78
Figura 54: Retícula.....	79
Figura 55: Colores Corporativos.....	80
Figura 56: Tamaño Mínimo y Máximo.....	80
Figura 57: Positivo y Negativo .....	81
Figura 58: Uso Correcto e Incorrecto.....	81
Figura 59: Portada.....	82
Figura 60: Maqueta 1 .....	82
Figura 61: Maqueta 2 .....	83
Figura 62: Maqueta 3 .....	83
Figura 63: Maqueta 4 .....	84
Figura 64: Maqueta 5 .....	84
Figura 65: Maqueta 6 .....	85
Figura 66: Maqueta 7 .....	85
Figura 67: Maqueta 8 .....	86
Figura 68: Maqueta 9 .....	86

---

Figura 69: Maqueta 10 .....	87
Figura 70: Maqueta 11 .....	87
Figura 71: Maqueta 12 .....	88
Figura 72: Maqueta 13 .....	88
Figura 73: Maqueta 14 .....	89
Figura 74: Maqueta 15 .....	89
Figura 75: Maqueta 16 .....	90
Figura 76: Maqueta 17 .....	90
Figura 77: Maqueta 18 .....	91
Figura 78: Maqueta 19 .....	91
Figura 79: Maqueta 20 .....	92
Figura 80: Maqueta 21 .....	92
Figura 81: Maqueta 22 .....	93
Figura 82: Maqueta 23 .....	93
Figura 83: Maqueta 24 .....	94
Figura 84: Maqueta 25 .....	94
Figura 85: Roll Up .....	96
Figura 86: Afiche .....	97
Figura 87: Postales .....	98

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Carta Aval.....	112
Anexo 2 Urkund.....	114
Anexo 3 Orden de empastado .....	117

---

## RESUMEN EJECUTIVO

Ecuador, un país diverso y encantador conformado por 24 hermosas provincias una de ellas la provincia de Pichincha, situada al Norte de la Sierra ecuatoriana. Esta provincia dividida en 8 Cantones, teniendo como principal la ciudad Quito siendo la capital de todos los ecuatorianos, dentro de esta hermosa ciudad se encuentra la parroquia de Tumbaco lugar lleno de cultura, tradición y hermosos paisajes.

Uno de los principales atractivos de la Parroquia de Tumbaco es Chaquiñán significa “camino de a pie” y describe de manera muy apropiada los 20 km de este sendero que parte de Cumbayá y sigue la antigua vía del tren hasta llegar a Puembo. Es una de las rutas preferidas de caminantes y ciclistas que llegan de todas partes para probar su resistencia y disfrutar del descenso hacia el río Chiche o del cruce por los viejos túneles del tren.

La implementación de una revista turística cumple con el objetivo de difundir la información necesaria de cada lugar turístico de la Parroquia de Tumbaco, comunicando sus actividades que se puede realizar, a través de medios impresos que sirvieron de canal para llegar con el mensaje hacia nuestro grupo objetivo.

---

## ABSTRACT

Ecuador, is a diverse and charming country made up of 24 beautiful provinces, one of them the province of Pichincha, located north of the Ecuadorian Sierra. This province divided into 8 cities, having as main city Quito being the capital of all Ecuadorians, within this beautiful city is the parish of Tumbaco place full of culture, tradition and beautiful landscapes.

One of the main attractions of the parish of Tumbaco is Chaquiñán means "way of walking" and describes in a very appropriate way the 20 km of this path that starts from Cumbayá and follows the old railway line until reaching Puembo. It is one of the preferred routes for walkers and cyclists who come from all over to test their resistance and enjoy the descent towards the Chiche River or crossing the old train tunnels.

The implementation of a tourist magazine meets the objective of disseminating the necessary information of each tourist place in the parish of Tumbaco, communicating its activities that can be done, through printed media that served as a channel to reach the message to our group objective.

---

## INTRODUCCIÓN

El presente proyecto tiene como finalidad realizar una revista impresa atractiva mediante la realidad aumentada, para informar a los turistas nacionales sobre los diferentes atractivos turísticos que ofrece la parroquia de Tumbaco.

La Parroquia de Tumbaco cuenta con diferentes atractivos pero que no han sido explotados turísticamente existe un desconocimiento por parte de los turistas nacionales.

Uno de los principales objetivos del presente proyecto, es incrementar la afluencia turística en cada uno de los rincones de la Parroquia, comunicando mediante la revista con información clara.

Identificando adecuadamente los problemas que existen dentro de la Parroquia, se propone soluciones, se identifica a las personas involucradas en el proyecto, se propone estrategias para generar una correcta difusión de la revista.

La revista turística implementada es una buena opción para llegar al grupo objetivo planteado, a través de los medios utilizados se pudo interactuar con el usuario y así poder evaluar el comportamiento del mismo.

## CAPÍTULO I

### 1. Antecedentes

#### 1.01 Contexto

Ecuador es un país multiétnico con espectaculares escenarios, los cuales cuenta con lugares turísticos únicos y tiene la mayor diversidad de especies que aportan al paisaje exótico. Se puede realizar actividades turísticas con deportes extremos, degustar de una gastronomía tradicional, fiestas religiosas, populares, cívicas y culturales, de gran importancia para la comunidad.

Ecuador es privilegiado por su ubicación geográfica y cuenta con cuatro regiones: Costa, Galápagos, Andes y Amazonia. Rico en diversidad biológica, histórica y cultural, lo cual permite vivir experiencias únicas e inolvidables. Cada viaje, cada rincón que visites será una nueva aventura, una experiencia de vida. (GoRaymi, 2018)

Quito, la segunda capital más alta del mundo, está asentada en las faldas del volcán Pichincha. También es conocida como “Carita de Dios”, y fue declarada por la UNESCO Primer Patrimonio Cultural de la Humanidad, en 1978.

Centro Histórico de Quito, es uno de los más grandes y mejor conservados de América Latina, un verdadero tesoro patrimonial. Iglesias, museos y centros culturales permiten descubrir la historia del Ecuador, su riqueza, diversidad cultural y natural, a través de un viaje maravilloso. (Travel, 2004)

Entre las Parroquias de Quito se encuentra la Parroquia de Tumbaco fundada en 1670, está atravesada por los ríos Machángara, San Pedro, Guayllabamba, Pisque, Chiche, Guambi y está rodeado de varias quebradas.

Según la página de Quito cultura hay versiones de que Tumbaco fue el nombre del último de los caciques de este lugar, el mismo que fue conquistado por los Shyris. Afirmo que su clima cálido-seco, lo convierte en un lugar accesible para el cultivo de maíz, frejol, frutales, eucaliptos, alfalfa, arveja, cebada, hortalizas, lenteja, quinua, tomate, avena, pino, ciprés, nogal, flores, alcachofas y fresas.

Afirmo también que algunas de las más importantes ingresos de la parroquia son, las aves de corral, la crianza de cerdos y la elaboración de artesanías como peluches, muñecas, tejidos, sacos, chalinas, objetos de cerámica y diversas artes plásticas.

Uno de los principales atractivos de la parroquia de Tumbaco es Chaquiñán significa “camino de a pie” y describe de manera muy apropiada los 20 km de este sendero que parte de Cumbayá y sigue la antigua vía del tren hasta llegar a Puembo. Es una de las rutas preferidas de caminantes y ciclistas que llegan de todas partes para probar su resistencia y disfrutar del descenso hacia el río Chiche o del cruce por los viejos túneles del tren. (Quito, 2019)

## **1.02 Justificación**

La Parroquia de Tumbaco forma parte del Distrito Metropolitano de Quito, cuenta con lugares turísticos únicos llenos de flora y fauna muy diversas de la provincia de Pichincha, en los cuales se puede realizar deporte extremos, caminatas, camping, degustar de gastronomía tradicional, cuentan con ambientes familiares.

En la Parroquia de Tumbaco el problema identificado relacionado al sector turístico es la escasa información de los sitios turísticos que posee la Parroquia de

Tumbaco, lo cual crea un desconocimiento por parte de los turistas nacionales y eso ha impedido que genere visitas turísticas en mayor magnitud y no se considere una de las primeras opciones en poder ser visitada dentro del Distrito Metropolitano de Quito, lo cual afectando a la economía dentro de la Parroquia.

En el presente proyecto se realizará una revista turística donde contendrá información y material gráfico de la Parroquia de Tumbaco el cual genere el correcto conocimiento de los sitios turísticos de la Parroquia, de igual manera se implementará realidad aumentada dentro de la revista con lo más representativo del sitio turístico, el cual generará interés hacia los turistas jóvenes ya que se implementaría la tecnología saliendo de la tradicional revista. Con lo cual incrementará el interés de parte del turista nacional y así poder incrementar la afluencia turística de tal manera que la Parroquia de Tumbaco pueda ser tomada en cuenta una de las opción principales para ser visitada lo cual permitirá aumentar la actividad económica en los diferentes sitios turísticos de la Parroquia

En el proyecto está enfocado a la matriz productiva del país el cual es Fortalecer al Turismo en la Parroquia de Tumbaco incrementando el aporte productivo y económico del sector. De igual manera se alinea con el Plan Todo una Vida enfocado al objetivo 3 “Mejorar la calidad de vida de la población”.

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

Tabla 1  
Matriz T

Situación Empeorada	Situación Actual				Situación Mejorada
Desconocimiento de los atractivos turísticos de la Parroquia de Tumbaco.	Carencia información de los diferentes atractivos turísticos que posee la Parroquia de Tumbaco.				Informar sobre los atractivos turísticos de la Parroquia de Tumbaco a través de material impreso.
<b>FUERZAS IMPULSADORAS</b>	<b>I</b>	<b>PC</b>	<b>I</b>	<b>PC</b>	<b>FUERZAS BLOQUEADORAS</b>
Realizar fotografías de los sitios turísticos de la Parroquia Tumbaco	4	4	4	4	Escasa información visual de los atractivos turísticos de la Parroquia.
Elaboración de una revista impresa	4	5	4	4	Limitado material impreso que recopile información sobre los lugares turísticos de Tumbaco
Interés en la participación en la elaboración de la revista	4	5	3	4	Desinterés de los habitantes sobre los atractivos turísticos que ofrece la parroquia
Gestionar el apoyo del GAD de Tumbaco para realizar la revista	5	5	5	4	Desinterés de las autoridades de la Parroquia de Tumbaco

Elaborado por: Jorge Pisuña

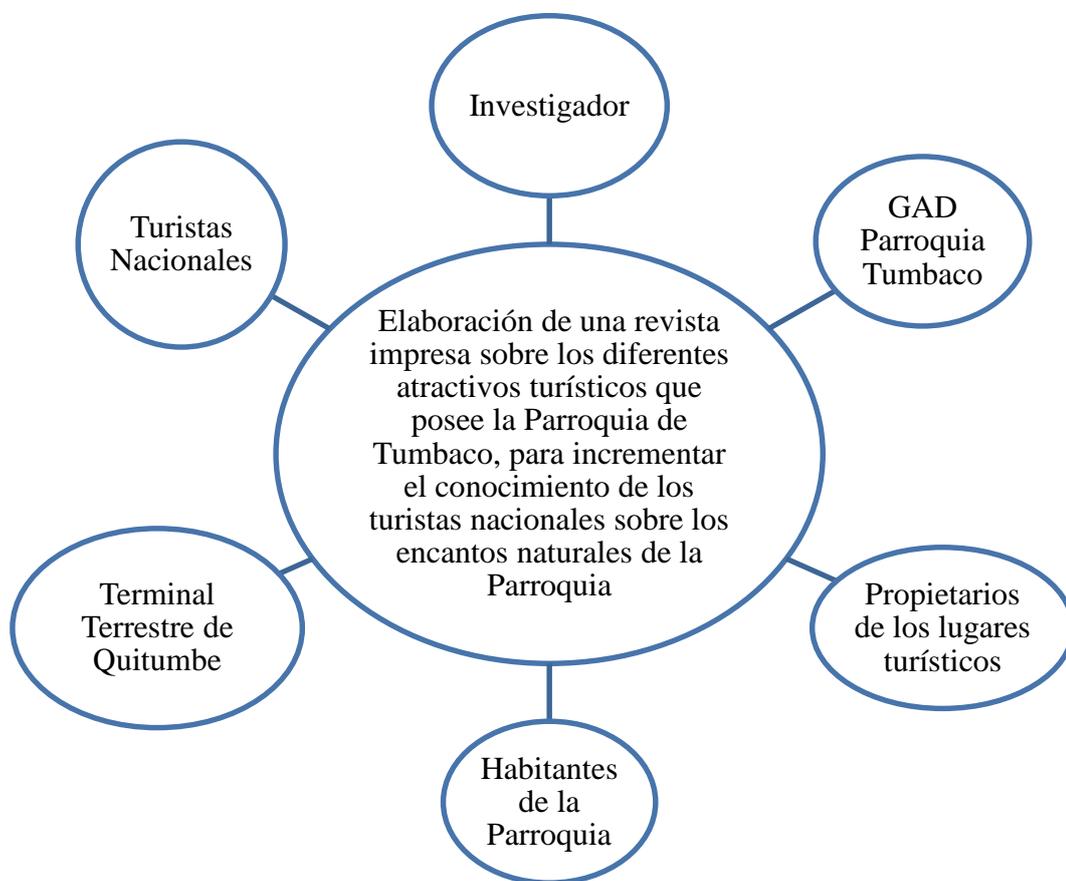
I = Impacto

PC = Potencial de cambio

## CAPÍTULO II

### 2.00 Análisis de Involucrados

#### 2.01. Mapa de Involucrados



*Figura 1: Mapa de Involucrados  
Elaborado por: Jorge Pisuña*

## 2.02. Matriz de Análisis y Selección con los Involucrados

Tabla 2

Matriz de Análisis de Involucrados

Actores Involucrados	Interés sobre el problema	Problemas Percibidos	Recursos mandatos y capacidades	Interés sobre el proyecto	Conflictos potenciales
Investigador	Informar sobre los diferentes atractivos turísticos de la Parroquia	Limitado Soportes impresos hacia los turistas nacionales sobre los diferentes sitios turísticos	Económicos Tecnológicos Humanos Intelectual	Promover los diferentes atractivos turísticos de la Parroquia	Acceso a la información de los diferentes atractivos turísticos de la Parroquia
GAD Parroquial de Tumbaco	Promocionar el sector turístico de la Parroquia de Tumbaco	Desinterés del GAD de la Parroquia que incentiven como destino turístico	Humanos Mandatos	Incrementar la afluencia turística en la Parroquia de Tumbaco	Cambio de mandato en las autoridades
Propietarios de los lugares turísticos	Repotenciar su negocios	Falta de acogida de los turistas sobre los atractivos de Tumbaco	Humana Información Mandatos	Incrementar sus ingresos económicos	Desinterés para fortalecer los sitios turísticos
Habitantes de la Parroquia	Incrementar fuentes de empleo para la comunidad de Tumbaco	Escasa afluencia de turistas a los diferentes atractivos turísticos	Humanos Información	Fortalecer el sector turístico	Desinterés en promocionar los sitios turísticos de Tumbaco
Terminal Terrestre de Quitumbe	Difundir la oferta turística del Distrito Metropolitano de Quito	Desconocimiento de información de los sitios turísticos de Tumbaco	Humana Información Mandatos	Fortalecerse en la región local	Escasa acogida por parte de los lectores
Turistas Nacionales	Recibir información de diferentes atractivos turísticos	Desconocimiento de los sitios turísticos de la Parroquia	Humanos Información	Obtener alternativas turísticas e información adecuada para visitar la Parroquia de Tumbaco	Desinterés hacia la revista impresa

Elaborado por: Jorge Pisuña

## CAPÍTULO III

### 3.00 Problemas y Objetivos

#### 3.01 Árbol de Problemas

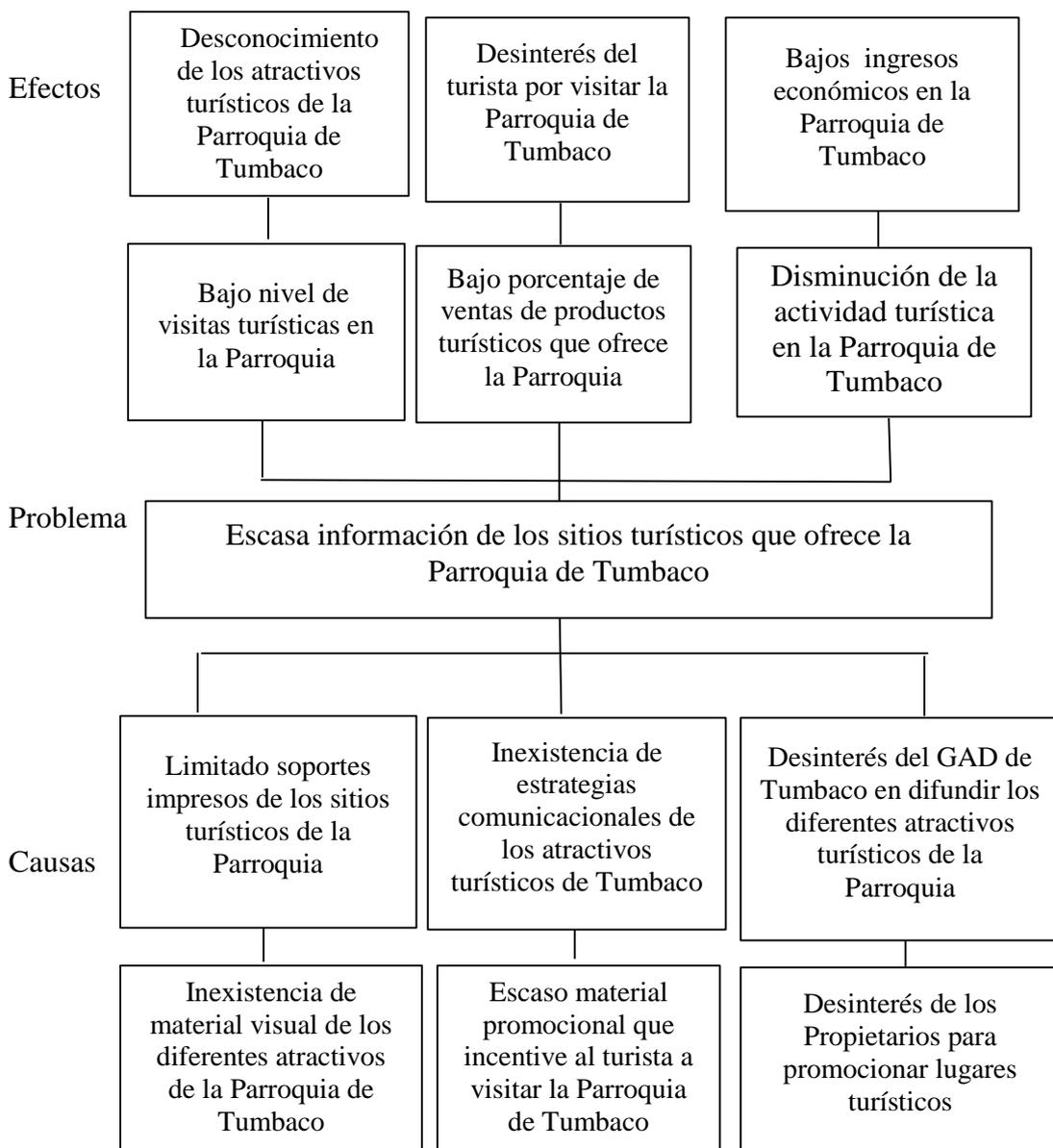
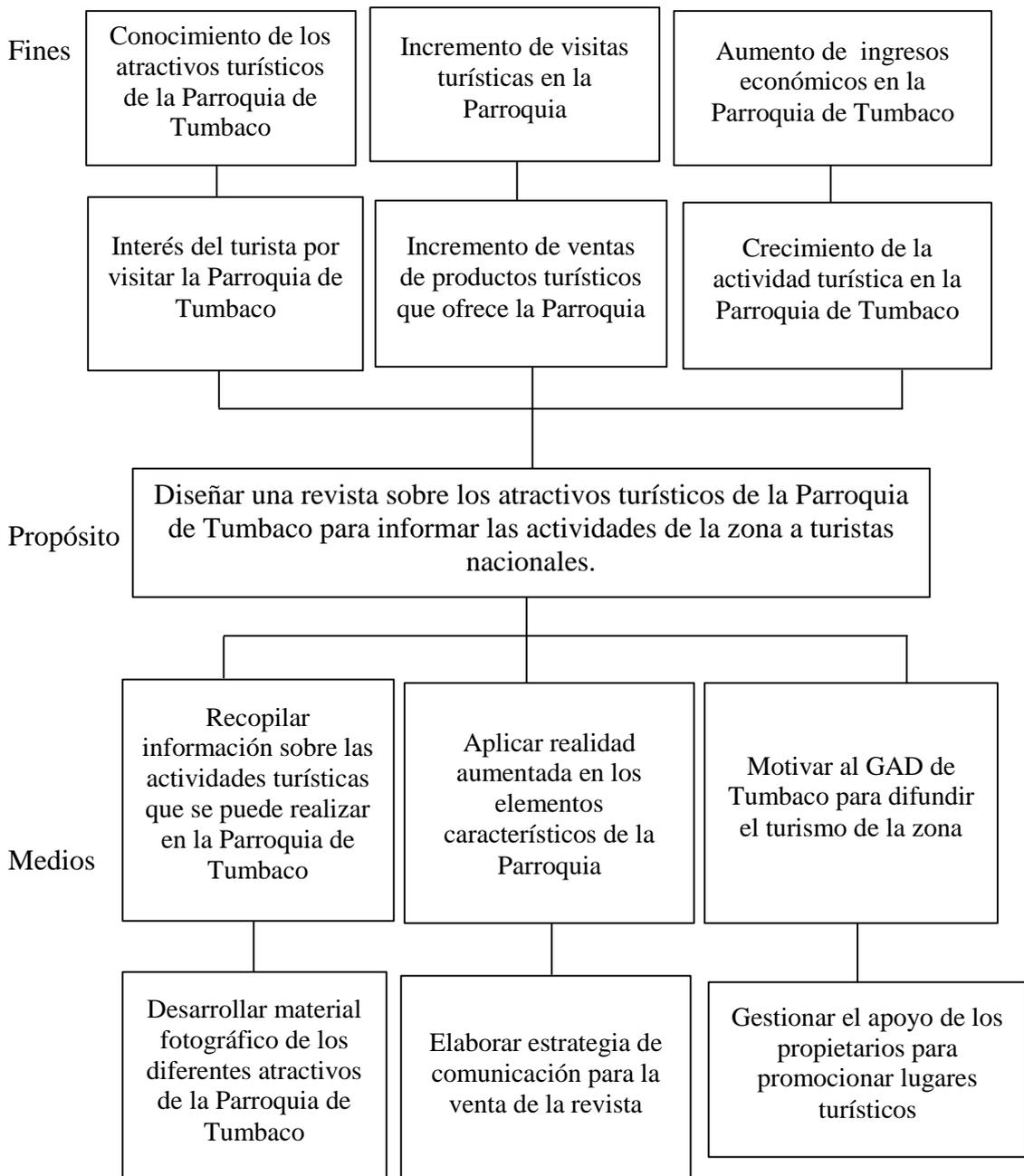


Figura 2: Árbol de Problemas  
 Elaborado por: Jorge Pisuña

### 3.02 Árbol de Objetivos



*Figura 3: Árbol de Objetivos*  
 Elaborado por: Jorge Pisuña

## CAPÍTULO IV

### 4.00 Análisis de Alternativas

#### 4.01 Matriz de Análisis de Alternativas

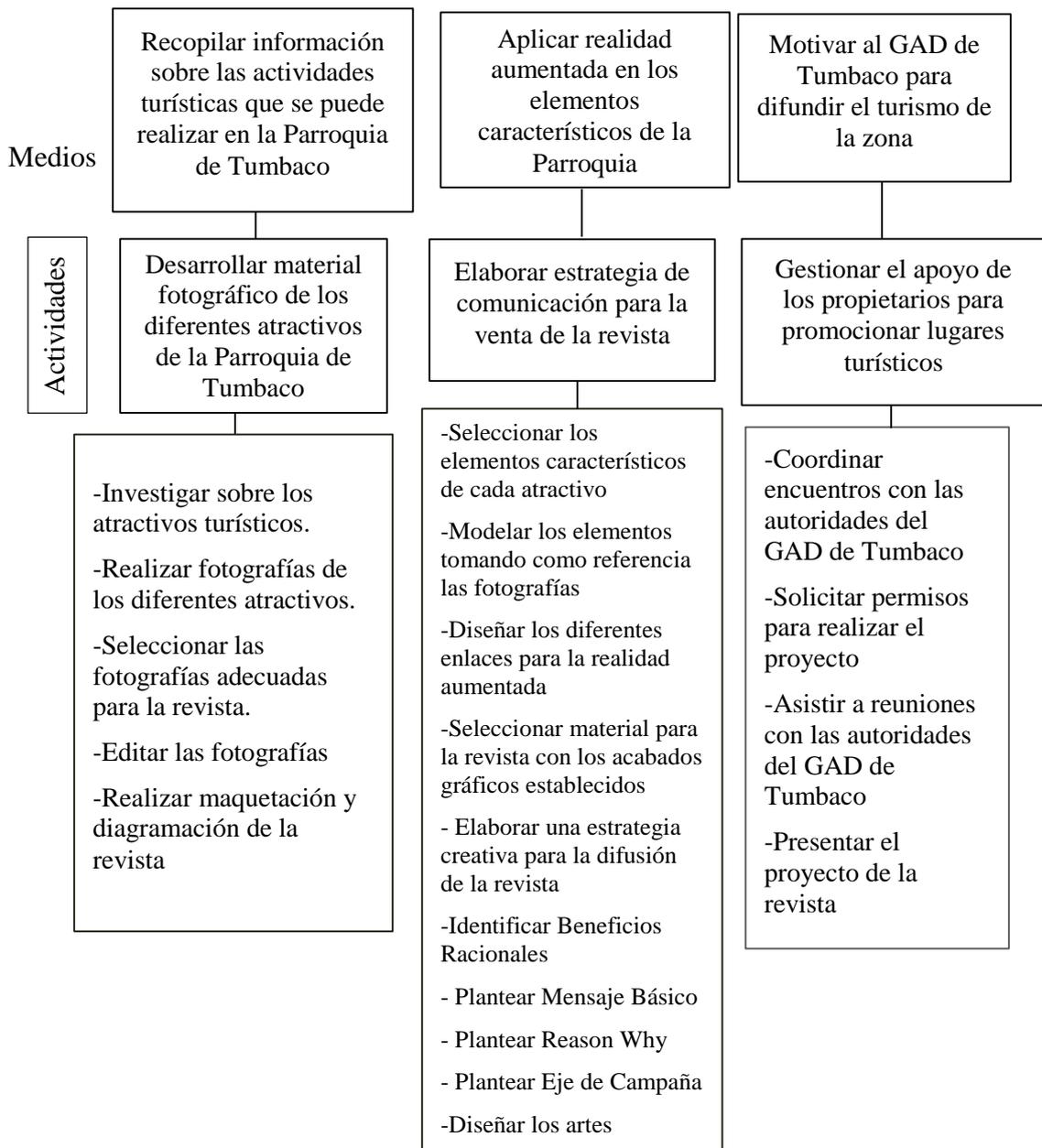


Figura 4: Matriz de Análisis de Alternativas e Identificación de Acciones  
Elaborado por: Jorge Pisuña

#### 4.01.01 Tamaño del Proyecto

Para la realización del presente proyecto la fuente de información será la población de la Parroquia de Tumbaco mayores de 18 años en adelante, tanto de género masculino y femenino, se considerara a la población un potencial turista, según el INEC en el censo del 2010 su población está conformado por 25496 mujeres y de 24448 hombres dando una totalidad de 49944 de habitantes.

#### Muestra

Según el INEC la fórmula que será aplicada es la siguiente:

$$n = \frac{N * Z^2 (p * q)}{D^2 (N - 1) + Z^2 (p * q)}$$

#### Dónde:

N: Tamaño de Población = 49944

Z: Nivel de confianza = 1,96

P: Probabilidad de éxito = 0,90

Q: Probabilidad de fracaso =0,10

D: Error permisible =0,05

Reemplazamos los datos para la muestra.

$$n = \frac{49944 * (1,96)^2 (0,90 * 0,10)}{(0,05)^2 (49944-1) + (1,96)^2 (0,90 * 0,10)}$$

n= 17267.838336

125.203244

n= 137.91

n= 138

Se ha determinado que la muestra de la población es de 138 habitantes

#### 4.01.02 Localización del Proyecto

El presente proyecto se lo realizará en la Parroquia de Tumbaco se recuesta en las faldas del Ilalò monte de 3.188 m, con una superficie de 182 Km cuadrados, ubicado a lado oriental a una distancia de 14 Km de Quito, poseer un clima templado subtropical goza de una gran variedad de productos agrícolas y árboles frutales, cuenta con fauna diversa donde encontrar gran variedad de aves como colibríes de diferentes variedades, tórtolas, mirlos, gavilanes y quilicos.



Figura 5: Localización del Proyecto de la Parroquia de Tumbaco

Fuente: Google maps, recuperado, 06 de marzo de 2019

---

### **4.01.03 Análisis Ambiental**

#### **Impacto negativo**

Con la ejecución del presente proyecto que será diseño de una revista impresa, tendrá un impacto negativo al momento de realizar la revista, se utiliza papel y tintas que contienen químicos perjudiciales para el medio ambiente lo cual hace que la revista sea perjudicial para el medio ambiente.

De igual manera tendrá un impacto negativo al momento de realizar los acabados gráficos, se utiliza materiales contaminantes, como por ejemplo el laminado y encolado de la revista, se utiliza con ello energía eléctrica en la producción del producto la cual es una energía no renovable.

#### **Impacto positivo**

Con la ejecución del proyecto se busca minimizar el daño del medio ambiente, se optará por alternativas de las tintas cotidianas de impresión que están llenos de compuestos químicos, se remplazará por tintas basadas en soya de la marca Soy Eco las cuales son amigables con el medio ambiente. De igual manera se utilizará papel ecológico, reduciendo la contaminación del medio ambiente al momento de su fabricación.

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

Tabla 3  
Matriz de Análisis de Impacto

Objetivos	Impacto sobre el Propósito	Factibilidad técnica	Factibilidad financiera	Factibilidad social	Factibilidad política	TOTAL	CATEGORIA
Recopilar información sobre las actividades turísticas que se puede realizar en la Parroquia de Tumbaco	X		X	X	X	20	Alto
Realizar material fotográfico de los diferentes atractivos de la Parroquia de Tumbaco	X	X	X	X	X	25	Alto
Aplicar realidad aumentada en los elementos característicos que posea los atractivos turísticos	X	X	X	X		20	Alto
Elaborar estrategia de comunicación para la venta de la revista	X	X	X	X	X	25	Alto
Motivar al GAD de Tumbaco para difundir el turismo de zona	X		X	X	X	20	Alto
Gestionar el apoyo de los propietarios para promocionar lugares turísticos	X		X	X		15	Medio

Realizado por: Jorge Pisuña.

#### 4.03. Diagrama de Estrategia

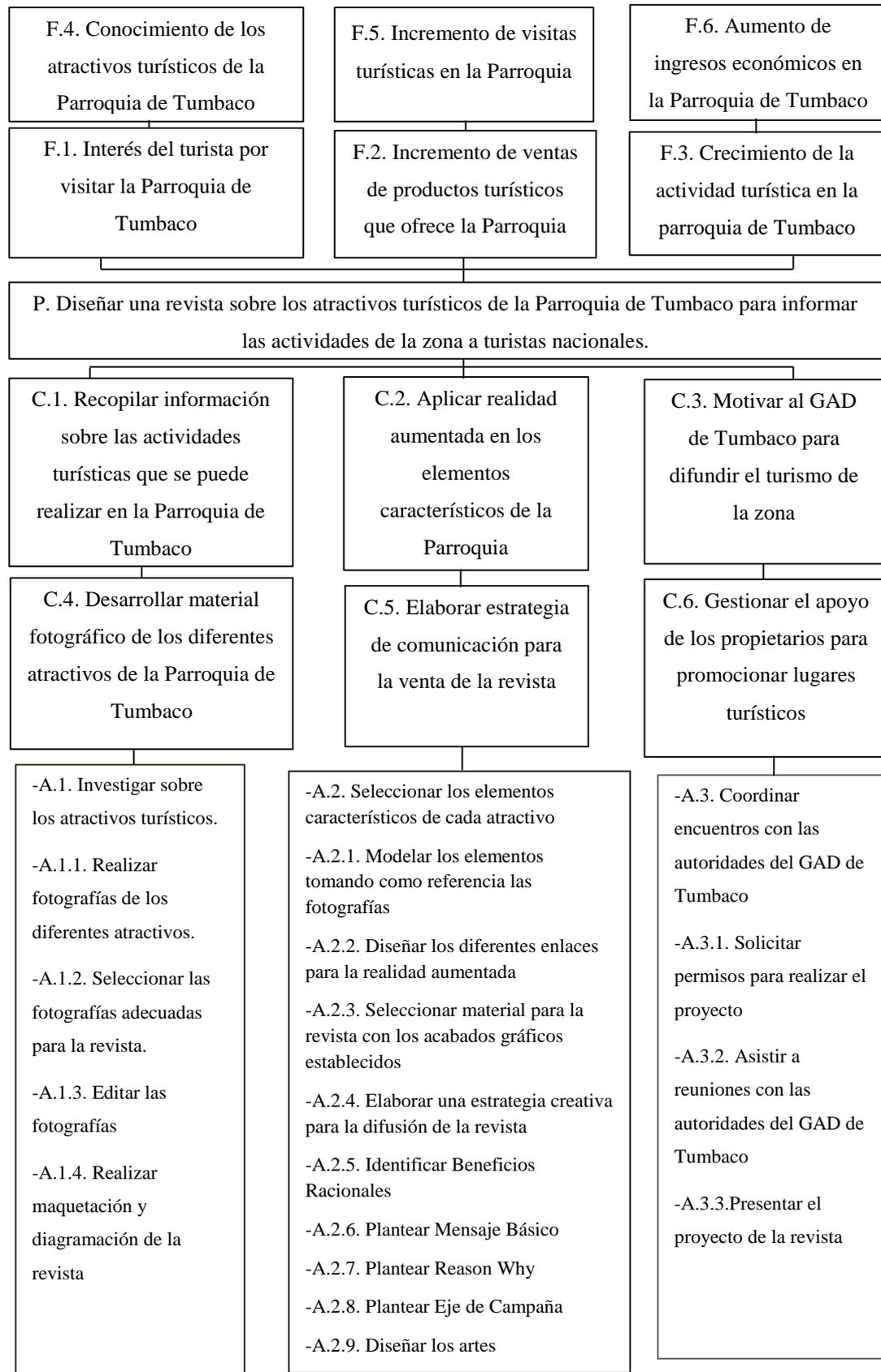


Figura 6: Diagrama de Estrategias  
Elaborado por: Jorge Pisuña

## 4.04 Construcción de Matriz de Marco Lógico

### 4.04.01 Revisión de Criterios para los Indicadores

Tabla 4  
Revisión de los Criterios para Indicadores

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Meta				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
Fines	F.1. Interés del turista por visitar la Parroquia de Tumbaco	El 20% más de turistas visitan la Parroquia de Tumbaco	138	Alta	6 meses	Parroquia de Tumbaco	Medio alto Hombres y mujeres de 20 años en adelante
	F.2. Incremento de ventas de productos turísticos que ofrece la Parroquia	Se incrementó la actividad económica en un 20%	138	Alta	6 meses	Parroquia de Tumbaco	Medio alto Media Hombres y mujeres de 20 años en adelante
	F.3. Crecimiento de la actividad turística en la parroquia de Tumbaco	El 20% de Turistas realizando deportes o actividades recreativas en los atractivos turísticos	138	Alta	6 meses	Parroquia de Tumbaco	Media Hombres y mujeres de 20 años en adelante
	F.4. Conocimiento de los atractivos turísticos de la Parroquia de Tumbaco	El 40% de turistas que prefieran como primer destino visitar la Parroquia de Tumbaco	138	Alta	6 meses	Parroquia de Tumbaco	Medio alto Hombres y mujeres de 20 años en adelante
	F.5. Incremento de visitas turísticas en la Parroquia	El 40% de afluencia de turistas que desean visitar la Parroquia de Tumbaco	138	Alta	6 meses	Parroquia de Tumbaco	Medio Hombres y mujeres de 20 años en adelante
	F.6. Aumento de ingresos económicos en la Parroquia de Tumbaco	Un 10% de crecimiento en infraestructura de los sitios turísticos	138	Alta	6 meses	Parroquia de Tumbaco	Media Hombres y mujeres de 20 años en adelante

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Meta				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
		de la Parroquia					
Propósito	P. Diseñar una revista sobre los atractivos turísticos de la Parroquia de Tumbaco para informar las actividades de la zona a turistas nacionales.	100% una revista atractiva que informe a los turistas nacionales del sector turístico de la Parroquia de Tumbaco	138	Alta	6 meses	Parroquia de Tumbaco	Medio alto Hombres y mujeres de 20 años en adelante
Componentes	C.1. Recopilar información sobre las actividades turísticas que se puede realizar en la Parroquia de Tumbaco	30% de turistas nacionales conocen mediante la revista sobre las actividades que pueden realizar en la Parroquia	138	Alta	6 meses	Parroquia de Tumbaco	Medio Hombres y mujeres de 20 años en adelante
	C.2. Aplicar realidad aumentada en los elementos característicos de la Parroquia	100% de material impreso con realidad aumentada que resalte los atractivos de la Parroquia	138	Alta	6 meses	Parroquia de Tumbaco	Medio Hombres y mujeres de 20 años en adelante
	C.3. Motivar al GAD de Tumbaco para difundir el turismo de la zona	Contar con el 100% de información actualizada de la Parroquia	138	Alta	2 meses	Parroquia de Tumbaco	Medio Hombres y mujeres de 20 años en adelante
	C.4. Desarrollar material fotográfico de los diferentes atractivos de la Parroquia de Tumbaco	Contar con un archivo fotográfico de 500 fotografías para realizar la revista	1	Alta	3 meses	Parroquia de Tumbaco	Medio Hombres y mujeres de 20 años en adelante

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Meta				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
	C.5. Elaborar estrategia de comunicación para la venta de la revista	Existencia del 100% de la estrategia creativa para la difusión o venta de la revista	1	Alta	1 meses	Parroquia de Tumbaco	Media Hombres y mujeres de 20 años en adelante
	C.6. Gestionar el apoyo de los propietarios para promocionar lugares turísticos	100% de información de los lugares turísticos de fácil acceso	1	Alta	1 meses	Parroquia de Tumbaco	Medio Hombres y mujeres de 20 años en adelante
Actividades	A.1. Investigar sobre los atractivos turísticos	Existencia del 100% de la revista para informar a los turistas nacionales	138	Alta	3 meses	Parroquia de Tumbaco	Medio Hombres y mujeres de 20 años en adelante
	A.1.1. Realizar fotografías de los diferentes atractivos	Existencia del 100% de información visual para la revista	1	Alta	2 meses	Parroquia de Tumbaco	Medio Hombres y mujeres de 20 años en adelante
	A.1.2. Seleccionar las fotografías adecuadas para la revista	Existencia del 100% de fotografías para la revista	1	Alta	3 meses	Parroquia de Tumbaco	Media Hombres y mujeres de 20 años en adelante
	A.1.3. Editar las fotografías	100% de fotografías editadas para el uso de la revista	1	Alta	2 meses	Parroquia de Tumbaco	Media Hombres y mujeres de 20 años en adelante
	A.1.4. Realizar maquetación y diagramación de la revista	Existencia de 1 revista diagramada y maquetada según las nuevas tendencias de diseño	1	Alta	6 meses	Parroquia de Tumbaco	Media Hombres y mujeres de 20 años en adelante

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Meta				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
Actividades	A.2. Seleccionar los elementos característicos de cada atractivo	Tener el 100% de elementos que resalten de la Parroquia de Tumbaco	1	Alta	1 meses	Parroquia de Tumbaco	Media Hombres y mujeres de 20 años en adelante
	A.2.1. Modelar los elementos tomando como referencia las fotografías	Existencia del 100% de material atractivo, tecnológico que resalte de la revista	1	Alta	6 meses	Parroquia de Tumbaco	Media alta Hombres y mujeres de 20 años en adelante
	A.2.2. Diseñar los diferentes enlaces para la realidad aumentada	Conseguir el 100% de funcionamiento de la revista mediante la plataforma Scope	1	Alta	6 meses	Parroquia de Tumbaco	Medio alta Hombres y mujeres de 20 años en adelante
	A.2.3. Seleccionar material para la revista con los acabados gráficos establecidos	Existencia de 100% de la revista con los terminados gráficos	1	Alta	6 meses	Parroquia de Tumbaco	Medio alta Hombres y mujeres de 20 años en adelante
	A.2.4. Elaborar una estrategia creativa para la difusión de la revista	100% de una estrategia creativa atractiva y clara para la venta de la revista	1	Alta	3 meses	Parroquia de Tumbaco	Medio Hombres y mujeres de 20 años en adelante
	A.2.5. Identificar Beneficios Racionales	100% Beneficio Racional para la venta de la revista	1	Alta	1 meses	Parroquia de Tumbaco	Medio Hombres y mujeres de 20 años en adelante
	A.2.6. Plantear Mensaje Básico	100% mensaje básico para la venta de la revista	1	Alta	1 meses	Parroquia de Tumbaco	Medio Hombres y mujeres de 20 años en adelante
	A.2.7. Plantear Reason Why	100% Reason Why que	1	Alta	2 meses	Parroquia de Tumbaco	Medio Hombres y mujeres de

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Meta				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
		persuada para la venta de la revista					20 años en adelante
	A.2.8. Plantear Eje de Campaña	100% eje de campaña atractivo para la difusión de la revista	1	Alta	2 meses	Parroquia de Tumbaco	Medio Hombres y mujeres de 20 años en adelante
	A.2.9. Diseñar los artes	Contar con 3 artes atractivas para la difusión de la revista	1	Alta	6 meses	Parroquia de Tumbaco	Medio Hombres y mujeres de 20 años en adelante
	A.3. Coordinar encuentros con las autoridades del GAD de Tumbaco	100% de participación de las autoridades del GAD de Tumbaco en el proyecto	4	Alta	3 meses	Parroquia de Tumbaco	Medio Hombres y mujeres de 20 años en adelante
	A.3.1. Solicitar permisos para realizar el proyecto	Obtener el 100% de permisos para la realización de la revista	1	Alta	1 meses	Parroquia de Tumbaco	Media Hombres y mujeres de 20 años en adelante
	A.3.2. Asistir a reuniones con las autoridades del GAD de Tumbaco	100% de participación con la presentación del proyecto	4	Alta	2 meses	Parroquia de Tumbaco	Media Hombres y mujeres de 20 años en adelante
	A.3.3. Presentar el proyecto de la revista	Obtener el 100% de la revista	4	Alta	6 meses	Parroquia de Tumbaco	Media Hombres y mujeres de 20 años en adelante

Realizado por: Jorge Pisuña.

#### 4.04.02. Selección de Indicadores

Tabla 5  
Selección de Indicadores

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Clasificador de indicador					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
Fines	F.1. Interés del turista por visitar la Parroquia de Tumbaco	El 20% más de turistas visitan la Parroquia de Tumbaco	X	X	X	X	X	25	Alta
	F.2. Incremento de ventas de productos turísticos que ofrece la Parroquia	Se incrementó la actividad económica en un 20%	X	X	X	X	X	25	Alta
	F.3. Crecimiento de la actividad turística en la Parroquia de Tumbaco	El 20% de Turistas realizando deportes o actividades recreativas en los atractivos turísticos	X	X	X	X	X	25	Alta
	F.4. Conocimiento de los atractivos turísticos de la Parroquia de Tumbaco	El 40% de turistas que prefieran como primer destino visitar la Parroquia de Tumbaco	X	X	X	X	X	25	Alta
	F.5. Incremento de visitas turísticas en la Parroquia	El 40% de afluencia de turistas que desean visitar la Parroquia de Tumbaco	X	X	X	X	X	25	Alta
	F.6. Aumento de ingresos económicos en la Parroquia de Tumbaco	Un 10% de crecimiento en infraestructura de los sitios turísticos de la Parroquia	X	X	X	X	X	25	Alta
Propósito	P. Diseñar una revista sobre los atractivos turísticos de la Parroquia de Tumbaco para informar las actividades de la zona a turistas nacionales.	100% una revista atractiva que informe a los turista nacionales del sector turístico de la Parroquia de Tumbaco	X	X	X	X	X	25	Alta
Componentes	C.1. Recopilar información sobre las actividades turísticas que se puede realizar en la Parroquia de Tumbaco	30% de turistas nacionales conocen mediante la revista sobre las actividades que pueden realizar en la Parroquia	X	X	X	X	X	25	Alta

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Clasificador de indicador					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
	C.2. Aplicar realidad aumentada en los elementos característicos de la Parroquia	100% de material impreso con realidad aumentada que resalte los atractivos de la Parroquia	X	X	X	X	X	25	Alta
	C.3. Motivar al GAD de Tumbaco para difundir el turismo de la zona	Contar con el 100% de información actualizada de la Parroquia	X	X	X	X	X	25	Alta
	C.4. Desarrollar material fotográfico de los diferentes atractivos de la Parroquia de Tumbaco	Contar con un archivo fotográfico de 500 fotografías para realizar la revista	X	X	X	X	X	25	Alta
	C.5. Elaborar estrategia de comunicación para la venta de la revista	Existencia del 100% de la estrategia creativa para la difusión o venta de la revista	X	X	X	X	X	25	Alta
	C.6. Gestionar el apoyo de los propietarios para promocionar lugares turísticos	100% de información de los lugares turísticos es de fácil acceso	X	X	X	X	X	25	Alta
Actividades	A.1. Investigar sobre los atractivos turísticos	Existencia del 100% de la revista para informar a los turistas nacionales	X	X	X	X	X	25	Alta
	A.1.1. Realizar fotografías de los diferentes atractivos	Existencia del 100% de información visual para la revista	X	X	X	X	X	25	Alta
	A.1.2. Seleccionar las fotografías adecuadas para la revista	Existencia del 100% de fotografías para la revista	X	X	X	X	X	25	Alta
	A.1.3. Editar las fotografías	100% de fotografías editadas para el uso de la revista	X	X	X	X	X	25	Alta
	A.1.4. Realizar maquetación y diagramación de la revista	Existencia de 1 revista diagramada y maquetada según las nuevas tendencias de diseño	X	X	X	X	X	25	Alta

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Clasificador de indicador					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
Actividades	A.2. Seleccionar los elementos característicos de cada atractivo	Tener el 100% de elementos que resalten de la Parroquia de Tumbaco	X	X	X	X	X	25	Alta
	A.2.1. Modelar los elementos tomando como referencia las fotografías	Existencia del 100% de material atractivo, tecnológico que resalte de la revista	X	X	X	X	X	25	Alta
	A.2.2. Diseñar los diferentes enlaces para la realidad aumentada	Conseguir el 100% de funcionamiento de la revista mediante la plataforma Scope	X	X	X	X	X	25	Alta
	A.2.3. Seleccionar material para la revista con los acabados gráficos establecidos	Existencia de 100% de la revista con los terminados gráficos	X	X	X	X	X	25	Alta
	A.2.4. Elaborar una estrategia creativa para la difusión de la revista	100% de una estrategia creativa atractiva y clara para la venta de la revista	X	X	X	X	X	25	Alta
Actividades	A.2.5. Identificar Beneficios Racionales	100% Beneficio Racional para la venta de la revista	X	X	X	X	X	25	Alta
	A.2.6. Plantear Mensaje Básico	100% mensaje básico para la venta de la revista	X	X	X	X	X	25	Alta
	A.2.7. Plantear Reason Why	100% Reason Why que persuada para la venta de la revista	X	X	X	X	X	25	Alta
	A.2.8. Plantear Eje de Campaña	100% eje de campaña atractivo para la difusión de la revista	X	X	X	X	X	25	Alta
	A.2.9. Diseñar los artes	Contar con 3 artes atractivas para la difusión de la revista	X	X	X	X	X	25	Alta
	A.3. Coordinar encuentros con las autoridades del GAD de Tumbaco	100% de participación de las autoridades del GAD de Tumbaco en el proyecto	X	X	X	X	X	25	Alta

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Clasificador de indicador					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
	A.3.1. Solicitar permisos para realizar el proyecto	Obtener el 100% de permisos para la realización de la revista	X	X	X	X	X	25	Alta
	A.3.2. Asistir a reuniones con las autoridades del GAD de Tumbaco	100% de participación con la presentación del proyecto	X	X	X	X	X	25	Alta
	A.3.3. Presentar el proyecto de la revista	Obtener el 100% de la revista	X	X	X	X	X	25	Alta

*Realizado por: Jorge Pisuña.*

A: Es claro

B: Existe información disponible

C: Es tangible y se puede observar

D: La tarea de recolectar datos está al alcance y no requiere expertos

E: Es representativo

#### 4.04.03 Medios de Verificación

Tabla 6  
Medios de Verificación

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de Verificación				
			Fuente de información	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia de Recolección	Responsable
Fines	F.1. Interés del turista por visitar la Parroquia de Tumbaco	El 20% más de turistas visitan la Parroquia de Tumbaco	Primario	Encuesta	Cuantitativo	6 meses	Investigador
	F.2. Incremento de ventas de productos turísticos que ofrece la Parroquia	Se incrementó la actividad económica en un 20%	Primario	Encuesta	Cuantitativo	6 meses	Investigador
	F.3. Crecimiento de la actividad turística en la Parroquia de Tumbaco	El 20% de Turistas realizan deportes o actividades recreativas en los atractivos turísticos	Primario	Encuesta	Cuantitativo	6 meses	Investigador
	F.4. Conocimiento de los atractivos turísticos de la Parroquia de Tumbaco	El 40% de turistas que prefieren como primer destino visitar la Parroquia de Tumbaco	Primario	Encuesta	Cuantitativo	6 meses	Investigador
	F.5. Incremento de	El 40% de afluencia	Primario	Observación	Cualitativo	6 meses	Investigador

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de Verificación				
			Fuente de información	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia de Recolección	Responsable
	visitas turísticas en la Parroquia	a de turistas que desean visitar la Parroquia de Tumbaco					
	F.6. Aumento de ingresos económicos en la Parroquia de Tumbaco	Un 10% de crecimiento en infraestructura de los sitios turísticos de la Parroquia	Primario	Observación	Cualitativo	6 meses	Investigador
Propósito	P. Diseñar una revista sobre los atractivos turísticos de la Parroquia de Tumbaco para informar las actividades de la zona a turistas nacionales.	100% una revista atractiva que informe a los turistas nacionales del sector turístico de la Parroquia de Tumbaco	Primario	Encuesta	Cuantitativo	6 meses	Investigador
Componentes	C.1. Recopilar información sobre las actividades turísticas que se puede realizar en la Parroquia de Tumbaco	30% de turistas nacionales conocen mediante la revista sobre las actividades que pueden realizar en la	Primario	Encuesta	Cuantitativo	6 meses	Investigador

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de Verificación				
			Fuente de información	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia de Recolección	Responsable
		Parroquia					
	C.2. Aplicar realidad aumentada en los elementos característicos de la Parroquia	100% de material impreso con realidad aumentada que resalte los atractivos de la Parroquia	Primario	Encuesta	Cuantitativo	3 meses	Investigador
	C.3. Motivar al GAD de Tumbaco para difundir el turismo de la zona	Contar con el 100% de información actualizada de la Parroquia	Primario	Observación	Cualitativo	6 meses	Investigador
	C.4. Desarrollar material fotográfico de los diferentes atractivos de la Parroquia de Tumbaco	Contar con un archivo fotográfico de 500 fotografías para realizar la revista	Primario	Observación	Cualitativo	6 meses	Investigador
	C.5. Elaborar estrategia de comunicación para la venta de la revista	Existencia del 100% de la estrategia creativa para la difusión o venta de la revista	Primario	Observación	Cualitativo	6 meses	Investigador
	C.6. Gestionar el apoyo de los propietarios para promoción	100% de información de los lugares turísticos de	Secundario	Análisis bibliográfico	Cuantitativo	6 meses	Investigador

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de Verificación				
			Fuente de información	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia de Recolección	Responsable
	nar lugares turísticos	fácil acceso					
Actividades	A.1. Investigar sobre los atractivos turísticos	Existencia del 100% de la revista para informar a los turistas nacionales	Primario	Observación	Cualitativo	6 meses	Investigador
	A.1.1. Realizar fotografías de los diferentes atractivos	Existencia del 100% de información visual para la revista	Primario	Observación	Cualitativo	6 meses	Investigador
Actividades	A.1.2. Seleccionar las fotografías adecuadas para la revista	Existencia del 100% de fotografías para la revista	Primario	Observación	Cualitativo	3 meses	Investigador
	A.1.3. Editar las fotografías	100% de fotografías editadas para el uso de la revista	Primario	Observación	Cuantitativo	3 meses	Investigador
	A.1.4. Realizar maquetación y diagramación de la revista	Existencia de 1 revista diagramada y maquetada según las nuevas tendencias de diseño	Primario	Observación	Cualitativo	6 meses	Investigador
	A.2. Seleccionar los	Tener el 100% de element	Primario	Observación	Cualitativo	3 meses	Investigador

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de Verificación				
			Fuente de información	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia de Recolección	Responsable
Actividades	elementos característicos de cada atractivo	os que resalten de la Parroquia de Tumbaco					
	A.2.1. Modelar los elementos tomando como referencia las fotografías	Existencia del 100% de material atractivo, tecnológico que resalte de la revista	Primario	Observación	Cualitativo	6 meses	Investigador
	A.2.2. Diseñar los diferentes enlaces para la realidad aumentada	Conseguir el 100% de funcionamiento de la revista mediante la plataforma Scope	Primario	Observación	Cualitativo	6 meses	Investigador
	A.2.3. Seleccionar material para la revista con los acabados gráficos establecidos	Existencia de 100% de la revista con los terminados gráficos	Primario	Observación	Cualitativo	6 meses	Investigador
	A.2.4. Elaborar una estrategia creativa para la difusión de la revista	100% de una estrategia creativa atractiva y clara para la venta de la revista	Primario	Observación	Cualitativo	3 meses	Investigador

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de Verificación				
			Fuente de información	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia de Recolección	Responsable
	A.2.5. Identificar Beneficios Racionales	100% Beneficio Racional para la venta de la revista	Primario	Observación	Cualitativo	3 meses	Investigador
	A.2.6. Plantear Mensaje Básico	100% mensaje básico para la venta de la revista	Primario	Observación	Cualitativo	3 meses	Investigador
	A.2.7. Plantear Reason Why	100% Reason Why que persuade para la venta de la revista	Primario	Observación	Cualitativo	3 meses	Investigador
	A.2.8. Plantear Eje de Campaña	100% eje de campaña atractivo para la difusión de la revista	Primario	Observación	Cualitativo	3 meses	Investigador
	A.2.9. Diseñar los artes	Contar con 3 artes atractivas para la difusión de la revista	Primario	Observación	Cualitativo	6 meses	Investigador
	A.3. Coordinar encuentros con las autoridades del GAD de Tumbaco	100% de participación de las autoridades del GAD de Tumbaco en el proyecto	Primario	Observación	Cualitativo	3 meses	Investigador
	A.3.1. Solicitar permisos para	Obtener el 100% de permiso	Primario	Entrevista	Cualitativo	1 meses	Investigador

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de Verificación				
			Fuente de información	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia de Recolección	Responsable
	realizar el proyecto	s para la realización de la revista					
	A.3.2. Asistir a reuniones con las autoridades del GAD de Tumbaco	100% de participación con la presentación del proyecto	Primario	Observación	Cualitativo	1 meses	Investigador
	A.3.3. Presentar el proyecto de la revista	Obtener el 100% de la revista	Primario	Encuesta	Cualitativo	6 meses	Investigador

Realizado por: Jorge Pisuña.

#### 4.04.04 Supuestos

Tabla 7  
Supuestos

Nivel	Resumen Narrativo	Supuesto	Factor de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Fines	F.1. Interés del turista por visitar la Parroquia de Tumbaco	Cambio en las políticas del turismo en el Ecuador	X	X	X		X
	F.2. Incremento de ventas de productos turísticos que ofrece la Parroquia	Aumento del IVA	X	X	X		X
	F.3. Crecimiento de la actividad turística en la Parroquia de Tumbaco	Cambio variado de clima	X	X	X	X	
	F.4. Conocimiento de los atractivos turísticos de la Parroquia de Tumbaco	Cambio en la ley de comunicación	X	X	X		X
	F.5. Incremento de visitas turísticas en la Parroquia	Carreteras en mal estado	X	X	X	X	X
	F.6. Aumento de ingresos económicos en la Parroquia de Tumbaco	Aumento del IVA	X	X	X		X
Propósito	P. Diseñar una revista sobre los atractivos turísticos de la Parroquia de Tumbaco para informar las actividades de la zona a turistas nacionales.	Cambio de la ley de comunicación	X	X	X		X

Nivel	Resumen Narrativo	Supuesto	Factor de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Componentes	C.1. Recopilar información sobre las actividades turísticas que se puede realizar en la Parroquia de Tumbaco	Terremoto en la zona	X	X	X	X	X
	C.2. Aplicar realidad aumentada en los elementos característicos de la Parroquia	Alza en el costo de licencias de software	X	X			X
	C.3. Motivar al GAD de Tumbaco para difundir el turismo de la zona	Cambio de mandato en las autoridades	X	X	X		X
	C.4. Desarrollar material fotográfico de los diferentes atractivos de la Parroquia de Tumbaco	Cambio climático	X	X	X	X	X
	C.5. Elaborar estrategia de comunicación para la venta de la revista	Cambio en la ley de comunicación	X	X	X		X
	C.6. Gestionar el apoyo de los propietarios para promocionar lugares turísticos	Terremoto en la zona	X	X	X	X	X
	A.1. Investigar sobre los	Cambio de autoridades en la zona	X	X	X		X

Nivel	Resumen Narrativo	Supuesto	Factor de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Actividades	atractivos turísticos						
	A.1.1. Realizar fotografías de los diferentes atractivos	Cambio climático	X	X	X	X	X
	A.1.2. Seleccionar las fotografías adecuadas para la revista	Cambión en la Ley de comunicación	X	X	X		X
	A.1.3. Editar las fotografías	Alza en el costo de licencias de software	X	X			X
Actividades	A.1.4. Realizar maquetación y diagramación de la revista	Cambio en la ley de comunicación	X	X	X		X
	A.2. Seleccionar los elementos característicos de cada atractivo	Terremoto en la zona	X	X	X	X	X
	A.2.1. Modelar los elementos tomando como referencia las fotografías	Alza en el costo de licencias de software	X	X	X		X
	A.2.2. Diseñar los diferentes enlaces para la realidad aumentada	Alza en el costo de licencias de software	X	X	X		X
	A.2.3. Seleccionar material para la revista con los acabados gráficos establecidos	Alza en los materiales de impresión	X	X	X	X	X

Nivel	Resumen Narrativo	Supuesto	Factor de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
	A.2.4. Elaborar una estrategia creativa para la difusión de la revista	Cambio en la ley de comunicación	X	X	X		X
	A.2.5. Identificar Beneficios Racionales	Cambio en la ley de comunicación	X	X	X		X
	A.2.6. Plantear Mensaje Básico	Cambio en la ley de comunicación	X	X	X		X
	A.2.7. Plantear Reason Why	Cambio en la ley de comunicación	X	X	X		X
	A.2.8. Plantear Eje de Campaña	Cambio en la ley de comunicación	X	X	X		X
	A.2.9. Diseñar los artes	Alza en los materiales de impresión	X	X	X	X	X
	A.3. Coordinar encuentros con las autoridades del GAD de Tumbaco	Cambio de mandato en las autoridades	X	X	X		X
	A.3.1. Solicitar permisos para realizar el proyecto	Cambio de mandato en las autoridades	X	X	X		X
	A.3.2. Asistir a reuniones con las autoridades del GAD de Tumbaco	Cambio de mandato en las autoridades	X	X	X		X
	A.3.3. Presentar el proyecto de la revista	Deslaves en las vías	X	X	X	X	X

Realizado por: Jorge Pisuña.

#### 4.04.05 Matriz de Marco Lógico

Tabla 8 Matriz de Marco Lógico

Resumen Narrativo	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
F.1. Interés del turista por visitar la Parroquia de Tumbaco	F.1.1 El 20% más de turistas visitan la Parroquia de Tumbaco	F.1.1.1 Primario Encuesta Cuantitativo	F.1.1.1.1 Cambio en las políticas del turismo en el Ecuador
F.2. Incremento de ventas de productos turísticos que ofrece la Parroquia	F.2.2.2 Se incrementó la actividad económica en un 20%	F.2.2.2 Primario Encuesta Cuantitativo	F.2.2.2.2 Aumento del IVA
F.3. Crecimiento de la actividad turística en la Parroquia de Tumbaco	F.3.3 El 20% de Turistas realizando deportes o actividades recreativas en los atractivos turísticos	F.3.3.3 Primario Encuesta Cuantitativo	F.3.3.3.3 Cambio variado de clima
F.4. Conocimiento de los atractivos turísticos de la Parroquia de Tumbaco	F.4.4 El 40% de turistas que prefieran como primer destino visitar la Parroquia de Tumbaco	F.4.4.4 Primario Encuesta Cuantitativo	F.4.4.4.4 Cambio en la ley de comunicación
F.5. Incremento de visitas turísticas en la Parroquia	F.5.5 El 40% de afluencia de turistas que desean visitar la Parroquia de Tumbaco	F.5.5.5 Primario Observación Cualitativo	F.5.5.5.5 Carreteras en mal estado
F.6. Aumento de ingresos económicos en la Parroquia de Tumbaco	F.6.6 Un 10% de crecimiento en infraestructura de los sitios turísticos de la Parroquia	F.6.6.6 Primario Observación Cualitativo	F.6.6.6.6 Aumento del IVA
P.1. Diseñar una revista sobre los atractivos turísticos de la Parroquia de Tumbaco para informar las actividades de la zona a turistas nacionales.	P.1.1 100% una revista atractiva que informe a los turistas nacionales del sector turístico de la Parroquia de Tumbaco	P.1.1.1 Primario Encuesta Cuantitativo	P.1.1.1.1 Cambio de la ley de comunicación
C.1. Recopilar información sobre las actividades turísticas que se puede realizar en la Parroquia de Tumbaco	C.1.1 30% de turistas nacionales conocen mediante la revista sobre las actividades que pueden realizar en la Parroquia	C.1.1.1 Primario Encuesta Cuantitativo	C.1.1.1.1 Terremoto en la zona
C.2. Aplicar realidad aumentada en los elementos característicos de la Parroquia	C.2.2 100% de material impreso con realidad aumentada que resalte los atractivos de la Parroquia	C.2.2.2 Primario Encuesta Cuantitativo	C.2.2.2.2 Alza en el costo de licencias de software

Resumen Narrativo	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
C.3. Motivar al GAD de Tumbaco para difundir el turismo de la zona	C.3.3 Contar con el 100% de información actualizada de la Parroquia	C.3.3.3 Primario Observación Cualitativo	C.3.3.3.3 Cambio de mandato en las autoridades
C.4. Desarrollar material fotográfico de los diferentes atractivos de la Parroquia de Tumbaco	C.4.4 Contar con un archivo fotográfico de 500 fotografías para realizar la revista	C.4.4.4 Primario Observación Cualitativo	C.4.4.4.4 Cambio climático
C.5. Elaborar estrategia de comunicación para la venta de la revista	C.5.5 Existencia del 100% de la estrategia creativa para la difusión o venta de la revista	C.5.5.5 Primario Observación Cualitativo	C.5.5.5.5 Cambio en la ley de comunicación
C.6. Gestionar el apoyo de los propietarios para promocionar lugares turísticos	C.6.6 100% de información de los lugares turísticos es de fácil acceso	C.6.6.6 Secundario Análisis bibliográfico Cuantitativo	C.6.6.6.6 Terremoto en la zona
A.1. Investigar sobre los atractivos turísticos	Existencia del 100% de la revista para informar a los turistas nacionales	Primario Observación Cualitativo	Cambio de autoridades en la zona
A.1.1. Realizar fotografías de los diferentes atractivos	Existencia del 100% de información visual para la revista	Primario Observación Cualitativo	Cambio climático
A.1.2. Seleccionar las fotografías adecuadas para la revista	Existencia del 100% de fotografías para la revista	Primario Observación Cualitativo	Cambión en la Ley de comunicación
A.1.3. Editar las fotografías	100% de fotografías editadas para el uso de la revista	Primario Observación Cuantitativo	Alza en el costo de licencias de software
A.1.4. Realizar maquetación y diagramación de la revista	Existencia de 1 revista diagramada y maquetada según las nuevas tendencias de diseño	Primario Observación Cualitativo	Cambio en la ley de comunicación
A.2. Seleccionar los elementos característicos de cada atractivo	Tener el 100% de elementos que resalten de la Parroquia de Tumbaco	Primario Observación Cualitativo	Terremoto en la zona

Resumen Narrativo	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
A.2.1. Modelar los elementos tomando como referencia las fotografías	Existencia del 100% de material atractivo, tecnológico que resalte de la revista	Primario Observación Cualitativo	Alza en el costo de licencias de software
A.2.2. Diseñar los diferentes enlaces para la realidad aumentada	Conseguir el 100% de funcionamiento de la revista mediante la plataforma Scope	Primario Observación Cualitativo	Alza en el costo de licencias de software
A.2.3. Seleccionar material para la revista con los acabados gráficos establecidos	Existencia de 100% de la revista con los terminados gráficos	Primario Observación Cualitativo	Alza en los materiales de impresión
A.2.4. Elaborar una estrategia creativa para la difusión de la revista	100% de una estrategia creativa atractiva y clara para la venta de la revista	Primario Observación Cualitativo	Cambio en la ley de comunicación
A.2.5. Identificar Beneficios Racionales	100% Beneficio Racional para la venta de la revista	Primario Observación Cualitativo	Cambio en la ley de comunicación
A.2.6. Plantear Mensaje Básico	100% mensaje básico para la venta de la revista	Primario Observación Cualitativo	Cambio en la ley de comunicación
A.2.7. Plantear Reason Why	100% Reason Why que persuada para la venta de la revista	Primario Observación Cualitativo	Cambio en la ley de comunicación
A.2.8. Plantear Eje de Campaña	100% eje de campaña atractivo para la difusión de la revista	Primario Observación Cualitativo	Cambio en la ley de comunicación
A.2.9. Diseñar los artes	Contar con 3 artes atractivas para la difusión de la revista	Primario Observación Cualitativo	Alza en los materiales de impresión
A.3. Coordinar encuentros con las autoridades del GAD de Tumbaco	100% de participación de las autoridades del GAD de Tumbaco en el proyecto	Primario Observación Cualitativo	Cambio de mandato en las autoridades
A.3.1. Solicitar permisos para realizar el proyecto	Obtener el 100% de permisos para la realización de la revista	Primario Entrevista Cualitativo	Cambio de mandato en las autoridades

Resumen Narrativo	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
A.3.2. Asistir a reuniones con las autoridades del GAD de Tumbaco	100% de participación con la presentación del proyecto	Primario Observación Cualitativo	Cambio de mandato en las autoridades
A.3.3. Presentar el proyecto de la revista	Obtener el 100% de la revista	Primario Entrevista Cualitativo	Deslaves en las vías

Realizado por: Jorge Pisuña.

## **CAPITULO V**

### **5.00 La Propuesta**

#### **5.01 Antecedentes**

##### **5.01.01 Turismo**

Según Cecilia Bembibre (2011) se entiende por turismo a todas aquellas actividades que tengan que ver con conocer o disfrutar de regiones o espacios en los que uno no vive de manera permanente. Según el autor el turismo puede presentar muchas variantes ya que hay diferentes tipos de turismo: turismo cultural, de aventura, de entretenimiento, de relajación. Afirma también que no hay mejor manera de conocer la riqueza de un lugar y aprender de él, que vivirlo a través de las experiencias de la gente local y tomar cada momento como una oportunidad de crecimiento, pues sumergirnos en la cultura, probar comida distinta, aprender nuevas palabras, adoptar nuevos hábitos y hacer nuevos amigos, nos llevará a romper viejas creencias y a redescubrirnos.

##### **5.01.02 Turismo en el Ecuador**

Según el proyecto Ecuador potencia turística del Ministerio del Turismo en el año (2015) afirma que Ecuador es uno de los países con mayor biodiversidad del planeta, y que ha mantenido durante los últimos años un incremento en la llegada de turistas debido a sus maravillas naturales. Localizado en un lugar privilegiado del planeta, en el nor -occidente de Sudamérica y la línea equinoccial. Ecuador está dividido en 4 regiones Galápagos, Costa, Andes, Amazonía. Se afirma que la UNESCO ha

reconocido la riqueza natural del país, declarando como “Patrimonio Natural de la Humanidad” a la Reserva Marina y Parque Nacional Galápagos y al Parque Nacional Sangay.

### **5.01.03 Turista**

se conoce popularmente con el término de turista a aquella persona que se traslada de su territorio de origen o de su residencia habitual a un punto geográfico diferente al suyo. Afirma que tradicionalmente, a la persona que se traslada de su país a otro y que lo hace con la finalidad de aumentar su conocimiento cultural, de aprender otras culturas, entre otras cuestiones. (Ucha, Definición ABC, 2010)

### **5.01.04 Revista**

Revista es una publicación impresa que es editada de manera periódica (por lo general, semanal o mensual). Al igual que los diarios, las revistas forman parte de los medios gráficos, aunque también pueden tener su versión digital o haber nacido directamente en Internet. (Pérez & Merino, 2009)

#### **Revista turística**

La revista turística es un medio de información que interactúa directamente con el turista, dentro de su contenido se puede encontrar lugares turísticos, actividades, cultura, gastronomía, fotografías etc. Es un medio impreso por sus acabados es duradero. (Pérez & Merino, 2009)

### **5.01.05 Realidad Aumentada**

Según Javier Navarro (2015) afirma que la realidad aumentada es un elemento de las nuevas tecnologías que permite disponer de una visión diferente de la realidad. Consiste en la combinación de elementos de un entorno real con otros elementos de un entorno virtual que han sido creados en tres dimensiones. Según el autor uno de

sus principales campos de aplicación es la publicidad. Pretendiendo que el consumidor interactúe con un producto y lo perciba de una manera más cercana.

#### **5.01.06 Fotografía**

Según Victoria Bembibre en el año (2008) afirma que el término fotografía procede del griego y quiere decir “diseñar o escribir con luz”. Llamamos fotografía al proceso de capturar imágenes mediante algún dispositivo tecnológico sensible a la luz, que se basa en el principio de la cámara oscura. Según el autor se utilizan sistemas digitales con sensores y memorias para tomar fotos de una forma más sencilla, rápida y con mejores resultados.

#### **Ángulos de la fotografía**

Según Diego Liarte (2007) existen tipos de ángulos los cuales se describen a continuación:

- Normal: Este ángulo es aquél en el que la cámara se encuentra paralela al suelo. Es en el que hacemos la mayoría de fotos cuando estamos de pie. Nos da la sensación de estabilidad y se ha de hacer siempre a la altura de los ojos.
- Picado: Aquí, la foto se toma a una altura superior a la de los elementos de la escena. Este punto de vista tiende a disminuir el peso visual de los sujetos y objetos fotografiados.
- Contrapicado: En este caso, ocurre todo lo contrario al picado. Nos encontramos a una altura inferior a la de los elementos de la escena. Con el contrapicado conseguiremos que los objetos o personas bajas cobren altura.
- Nadir: La cámara se coloca completamente bajo el sujeto, de manera perpendicular al suelo. Aquí conseguimos un efecto más exagerado aún que con el ángulo picado.

- Cenital: Colocamos la cámara desde arriba, totalmente perpendicular al suelo. El ángulo cenital es muy usado en producciones cinematográficas o tomas desde helicóptero para grabar extensiones muy amplias.

### **Planos de la fotografía**

Según Jefferson Ramosla (2017) la clasificación es la siguiente:

- Plano general: Vista panorámica, en donde la escala de la figura humana es apenas perceptible y ocupa una pequeña porción de la imagen total. Este tipo de vista destaca principalmente el entorno.
- Plano de conjunto: Las figuras se distinguen con claridad como un todo. Se utiliza generalmente para retratos de grupos.
- Plano entero: La figura humana aparece completa y ocupa la mayor parte del área fotográfica. En términos generales, los límites de la figura coinciden con los límites de la fotografía.
- Plano medio: se suele subdividir en tres categorías:
  - Plano americano: Donde la figura se corta a la altura de las rodillas.
  - Plano medio: Donde la figura se corta a la altura de la cintura.
  - Plano medio corto: En el que la figura se corta a la altura de los hombros.
- Primer plano: La figura se reduce a la cabeza y algo de los hombros. Utilizado normalmente en retrato, se emplea para enfatizar la expresión. Puede subdividirse, a su vez, en dos categorías:
  - Primerísimo primer plano: En el que se fotografía el rostro, que ocupa toda la imagen. Por su capacidad de información posee un alto impacto.
  - Plano detalle: Muestra solo un fragmento del objeto fotografiado, el cual ocupa toda la superficie de la imagen.

### **5.01.07 Cámara Fotográfica**

La cámara fotográfica es un dispositivo tecnológico que tiene como objetivo o función principal el tomar imágenes quietas de situaciones, personas, paisajes o eventos para mantener memorias visuales de los mismos. Asegura que hoy en día, las cámaras fotográficas han evolucionado en gran modo y podemos grabar y reproducir imágenes de nuestro entorno de modo inmediato gracias a las novedades tecnológicas de los últimos años. (Bembibre C. , Definición ABC, 2011)

### **5.01.08 Publicidad**

Según la autora Cecilia Bembibre (2011) afirma que la publicidad es, en pocas palabras, información. Ya sea que estemos anunciando un nuevo producto o servicio, compartiendo información de precios, avisando sobre nuevos puntos de venta, o simplemente recordando y reforzando la imagen de una marca, todo tiene que ver con transmitir información.

### **5.01.09 Estrategia Creativa**

Según el autor Sergio Rodríguez (2007) afirma que la estrategia Creativa es la parte principal al momento de transmitir un mensaje publicitario es el cuerpo de toda campaña se enfoca directamente en el producto y de la necesidad del consumidor, la estrategia creativa direcciona a la publicidad de la marca.

La estrategia creativa está conformada por:

- **Beneficios Racionales y Emocionales:** Son identificados según la necesidad del consumidor.
- **Mensaje Básico:** Es el mensaje principal donde se conecta el consumidor con el beneficio del producto.

- **Estilo:** Es la cualidad que se le atribuye a la campaña puede ser juvenil, formal, informal entre otros.
- **Tono:** Es el cómo se va a llevar campaña puede ser competitiva o indiferente.
- **Eje de Campaña:** Aspecto principal que lleva toda la campaña publicitaria, es el que se grafica a través de las artes.
- **Insight:** Es la experiencia que vivirá el consumidor con la campaña.
- **Slogan:** Es la frase de respaldo que persuade al consumidor.

#### **5.01.10 Cinema 4D**

Cinema 4D es el paquete perfecto para todos los artistas 3D que quieren resultados impresionantes, rápidamente y sin complicaciones. Maxon afirma también que tanto los principiantes como los profesionales experimentados pueden beneficiarse de la amplia gama de herramientas y funciones de Cinema 4D para alcanzar rápidamente resultados impresionantes. La reconocida fiabilidad de Cinema 4D también hace que sea una aplicación ideal para exigentes producciones en 3D, de ritmo rápido, y una gama disponible de paquetes de software a precios atractivos para adaptarse a las necesidades de cualquier artista. (Maxon, s.f.)

#### **5.01.11 Adobe Ilustrador**

Según Antonio L. Carretero (2014) afirma que Adobe Ilustrador es el programa de Adobe de dibujo vectorial que lleva más de 25 años de existencia (recordad hace un cuarto de siglo, lo cual quiere decir que en 1989 ya estaba funcionando) siendo un claro referente dentro de la industria del diseño.

#### **5.01.12 Adobe Photoshop**

Según el autor Carina Ruiz (2011) Adobe Photoshop puede ser una herramienta muy importante para la elaboración de publicidades, fotos institucionales y la

elaboración de tu logo y marca. Toda foto siempre tiene algo por mejorar y eso es lo que hace de este programa una herramienta importante. Afirma que este programa es elaborado por la compañía Adobe System\_y puede ser usado tanto en Windows como en computadoras Apple. Su nombre en español significa “Taller de fotos”

### **5.01.13 Adobe Indesign**

Adobe InDesign es un programa de maquetación para la edición de productos multipágina con gestión de estándares de salida para productos analógicos (impresión de todo tipo de publicación) y también digitales (tabletas, pantallas...). Afirman que permite un gran control y versatilidad en el uso de las imágenes y las tipografías. (Morera & Sánchez, 2014)

## **5.02 Descripción de la Herramienta**

### **5.02.01 Encuesta**

Según Florencia Ucha (2014) afirma que la encuesta es una excelente técnica de investigación para aplicar en cualquier campo que se desee intervenir porque permite reunir información, los famosos datos duros, que luego permitirán una predicción cercana sobre los resultados de un evento. Según el autor a través de la encuesta se pueden obtener datos concretos y fidedignos sobre el comportamiento de los individuos en diversas acciones.

## 5.02.02 Modelo de Encuesta

### ENCUESTA

Buenos días/ tardes, me dirijo cordialmente a Ud., solicitando su colaboración para responder la siguiente encuesta que tiene como propósito obtener información sobre la actividad turística que se realiza en la zona de Tumbaco. Su respuesta será de gran ayuda para la realización de un proyecto editorial sobre dicha parroquia.

#### INSTRUCCIONES:

A continuación se le presenta 6 preguntas que deberá responder:

Marcando con un (x) en la letra donde indique la respuesta que más se acerca a su opinión

#### 1. ¿Considera la parroquia de Tumbaco un sector turístico?

a.- Si  b.- No

#### 2. ¿Cómo calificaría la actividad turística actual de la parroquia?

a.- Muy buena  b.- Buena   
c.- Regular  d.- Mala

#### 3. ¿Con que frecuencia realiza actividades turísticas en la parroquia?

a.- 1 vez al mes  b.- Cada 3 meses   
c.- Cada 6 meses  d.- 1 vez al año

#### 4. ¿Qué tipo de actividades turísticas le gusta realizar en la parroquia?

a.- Caminatas  b.- Camping   
c.- Ciclismo  d.- Gastronomía

#### 5. ¿Qué lugar considera tiene mayor atractivo para el turista?

a.- Cruz del Ilalo  b.- Chaquiñán   
c.- Balneario de Cunuyacu  d.- Iglesias

#### 6. ¿Emplean estrategias de difusión para promocionar la parroquia?

a.- Si  b.- No

#### 7. ¿Qué medio utilizan para promocionar la actividad turística de la parroquia?

a.- Internet  b.- Material Impreso

c.- Televisión

d.- Radio

**8. ¿Considera que con la implementación de una revista puede ayudar para la actividad turística de la zona?**

a.- Si

b.- No

### 5.02.02 Análisis de la Encuesta

**Pregunta N° 1:** ¿Considera la Parroquia de Tumbaco un sector turístico?

Tabla 9  
Pregunta 1

Conceptos Válidos	Frecuencia	Porcentaje
Si	127	92
no	11	8
Total	138	100

Realizado por: Jorge Pisuña.

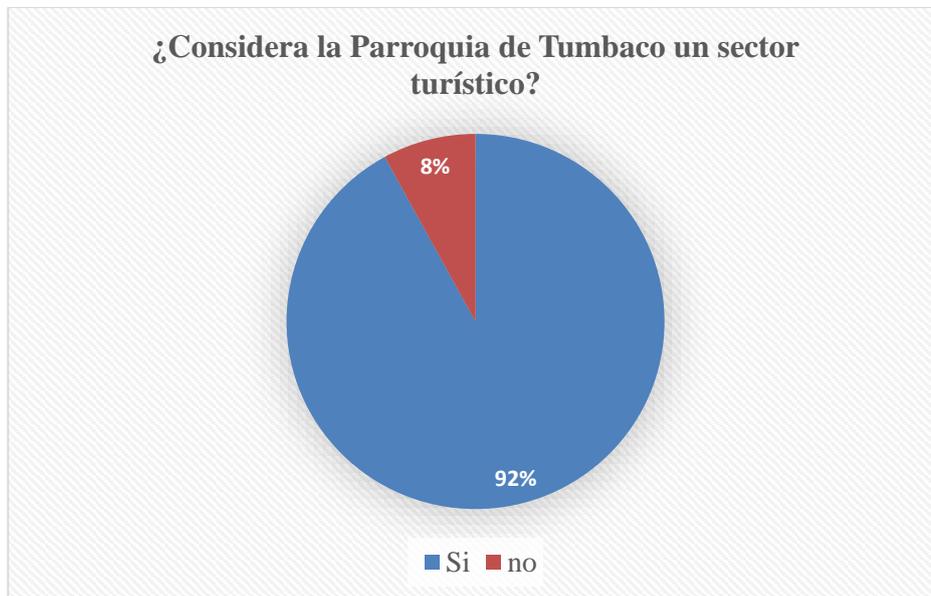


Figura 7: Pregunta 1 / ¿Considera la Parroquia de Tumbaco un sector turístico?  
Realizado por: Jorge Pisuña.

### Análisis

La estadística indica que el proyecto es viable ya que con un 92 % la Parroquia de Tumbaco es considerada como sector turístico.

**Pregunta N° 2:** ¿Cómo calificaría la actividad turística actual de la Parroquia?

Tabla 10  
Pregunta 2

Conceptos Válidos	Frecuencia	Porcentaje
Muy Bueno	63	46
Bueno	45	33
Regular	20	14
Mala	10	7
Total	138	100

Realizado por: Jorge Pisuña.

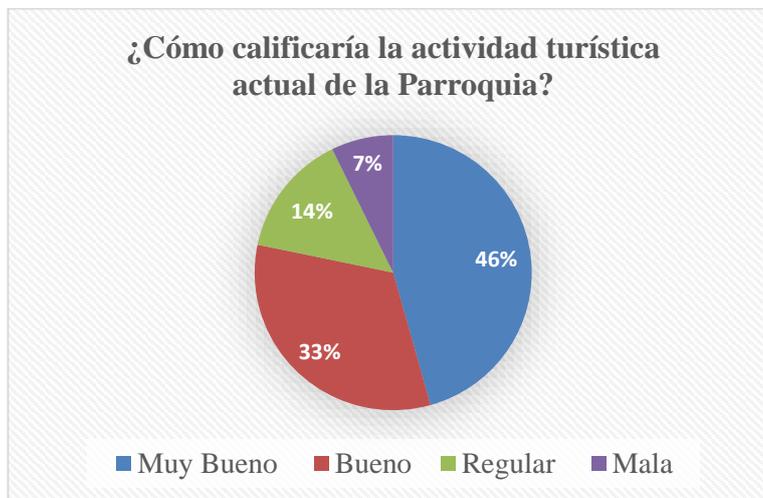


Figura 8: Pregunta 2 / ¿Cómo calificaría la actividad turística actual de la Parroquia?  
Realizado por: Jorge Pisuña.

### Análisis

La estadística indica que el presente proyecto puede potenciar al sector turístico de la Parroquia de Tumbaco.

**Pregunta N° 3:** ¿Con qué frecuencia realiza actividades turísticas en la Parroquia?

Tabla 11  
Pregunta 3

Conceptos Válidos	Frecuencia	Porcentaje
1 vez al mes	53	38
Cada 3 meses	48	35
Cada 6 meses	23	17
1 vez al año	14	10
Total	138	100

Realizado por: Jorge Pisuña.

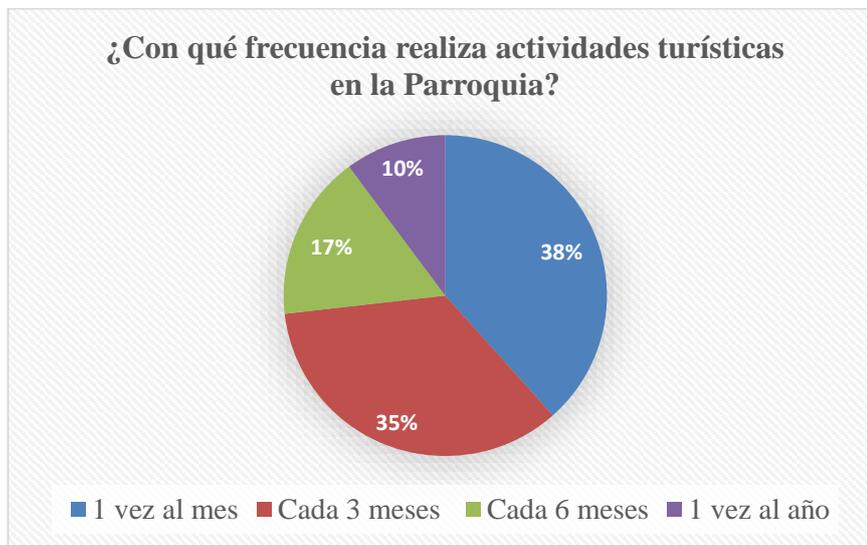


Figura 9: Pregunta 3 / ¿Con que frecuencia realiza actividades turísticas en la parroquia?  
Realizado por: Jorge Pisuña.

### Análisis

La estadística indica que la Parroquia de Tumbaco se puede implementar el proyecto para potenciar las visitas y actividades que pueden realizar los turistas.

**Pregunta N° 4:** ¿Qué tipo de actividades turísticas le gusta realizar en la Parroquia?

Tabla 12  
Pregunta 4

Conceptos Válidos	Frecuencia	Porcentaje
Caminatas	40	29
Camping	22	16
Ciclismo	59	43
Gastronomía	17	12
Total	138	100

Realizado por: Jorge Pisuña.

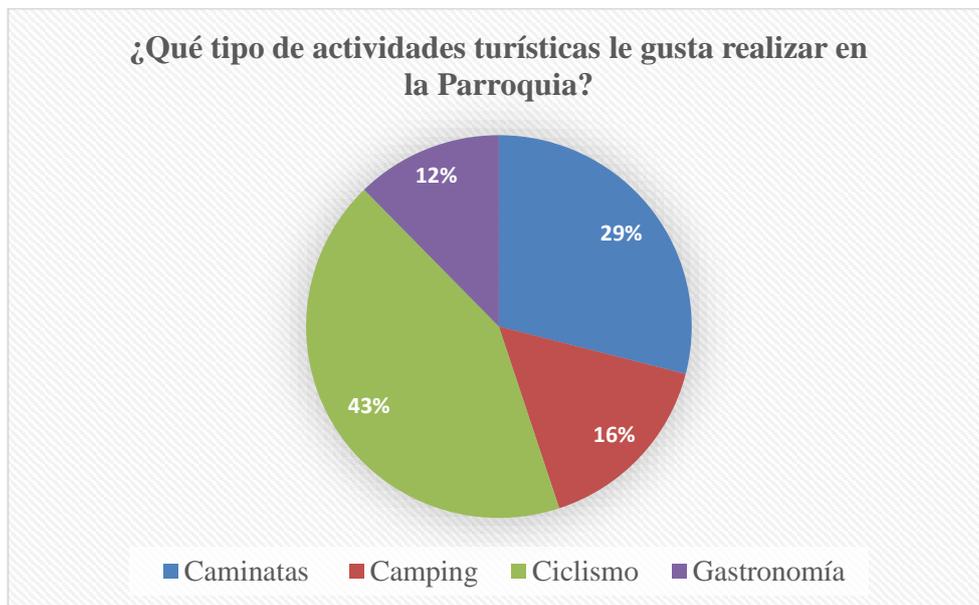


Figura 10: Pregunta 4 / ¿Qué tipo de actividades turísticas le gusta realizar en la Parroquia?  
Realizado por: Jorge Pisuña.

### Análisis

Esta estadística demuestra las actividades que se pueden tomar en cuenta para potenciar con el proyecto en la Parroquia de Tumbaco.

**Pregunta N° 5:** ¿Qué lugar considera tiene mayor atractivo para el turista?

Tabla 13  
Pregunta 5

Conceptos Válidos	Frecuencia	Porcentaje
Cruz de Ilalo	23	17
Chaquiñán	64	46
Balneario de Cunuyacu	29	21
Iglesias	22	16
Total	138	100

Realizado por: Jorge Pisuña.

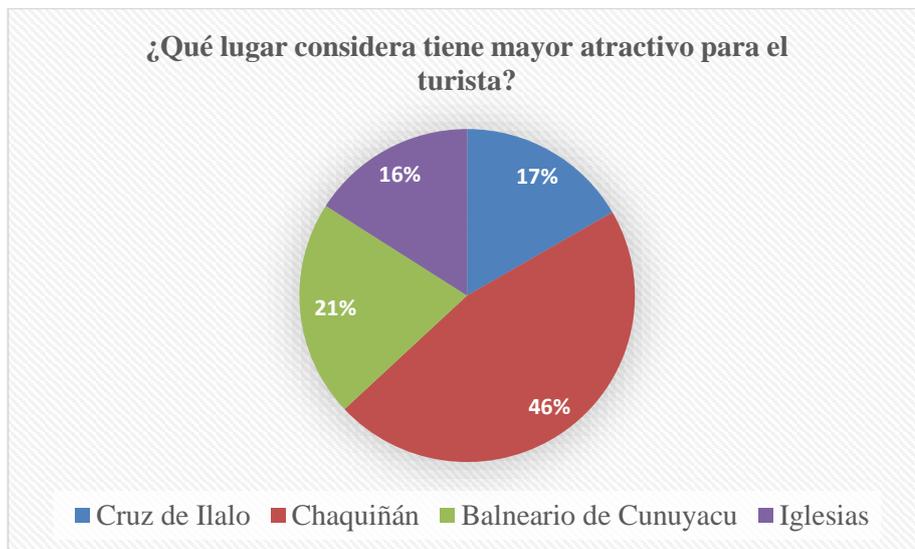


Figura 11: Pregunta 5 / ¿Qué lugar considera tiene mayor atractivo para el turista?  
Realizado por: Jorge Pisuña.

### Análisis

La estadística indica que el atractivo del chaquiñán se puede potenciar de manera que sea uno de los principales lugares al momento de visitar la Parroquia.

## Pregunta N° 6: ¿Emplean estrategias de difusión para promocionar la Parroquia?

Tabla 14  
Pregunta 6

Conceptos Válidos	Frecuencia	Porcentaje
Si	65	47
No	73	53
Total	138	100

Realizado por: Jorge Pisuña.



Figura 12: Pregunta 6 / ¿Emplean estrategias de difusión para promocionar la Parroquia?  
Realizado por: Jorge Pisuña.

### Análisis

La estadística indica que con el presente proyecto se potenciará la actividad turística, con el 47% de los encuestados no conocen estrategias de difusión de la zona.

**Pregunta N° 7:** ¿Qué medio utilizan para promocionar la actividad turística de la Parroquia?

Tabla 15  
Pregunta 7

Conceptos Válidos	Frecuencia	Porcentaje
Internet	37	27
Material Impreso	79	57
Televisión	10	7
Radio	12	9
Total	138	100

Realizado por: Jorge Pisuña.

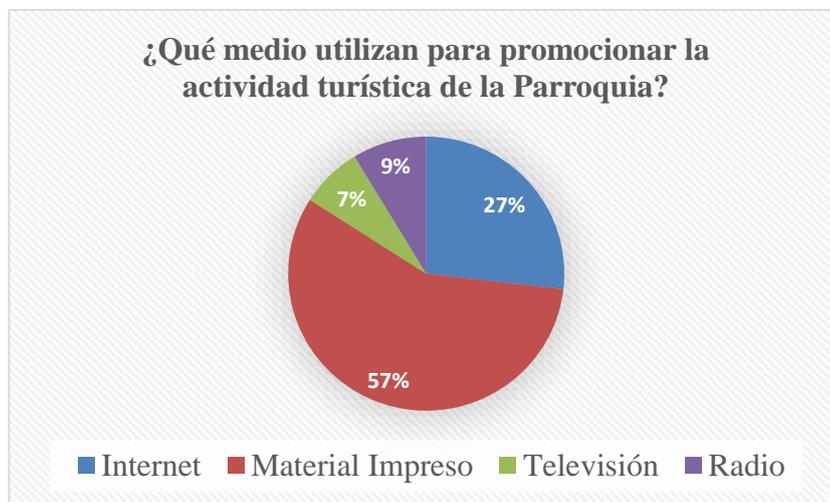


Figura 13: Pregunta 7 / ¿Qué medio utilizan para promocionar la actividad turística de la Parroquia?

Realizado por: Jorge Pisuña.

### Análisis

Esta estadística demuestra que el presente proyecto es viable, la mayoría de encuestados prefieren el material impreso para informarse sobre las actividades turísticas de la zona.

**Pregunta N° 8:** ¿Considera que con la implementación de una revista puede ayudar para la actividad turística de la zona?

Tabla 16  
Pregunta 8

Conceptos Válidos	Frecuencia	Porcentaje
Si	124	90
No	14	10
Total	138	100

Realizado por: Jorge Pisuña.



Figura 14: Pregunta 8 / ¿Considera que con la implementación de una revista puede ayudar para la actividad turística de la zona?

Realizado por: Jorge Pisuña.

### Análisis

Esta estadística demuestra que el proyecto ayudará a potenciar la Parroquia de Tumbaco en el sector turístico el 90% de los encuestados acogen la idea de una revista impresa.

## **5.03. Formulación del Proyecto de Aplicación**

### **Diseño editorial**

#### **5.03.01 Planificación**

#### **Propósito del Proyecto**

En el presente proyecto tiene como propósito, dar a conocer las actividades de la zona a turistas nacionales, mediante el diseño de una revista impresa sobre los atractivos turísticos de la Parroquia de Tumbaco empleando realidad aumentada.

#### **Tipo de Publicación**

Revista impresa

#### **Temática**

Turística

#### **Formato**

EL formato que se aplicará en la revista es: A4 (21 x 29,7) Vertical

#### **Número de Páginas**

La revista contará con un número de 48 páginas sin portada y contraportada.

### 5.03.02 Desarrollo

#### Mapa de Contenidos

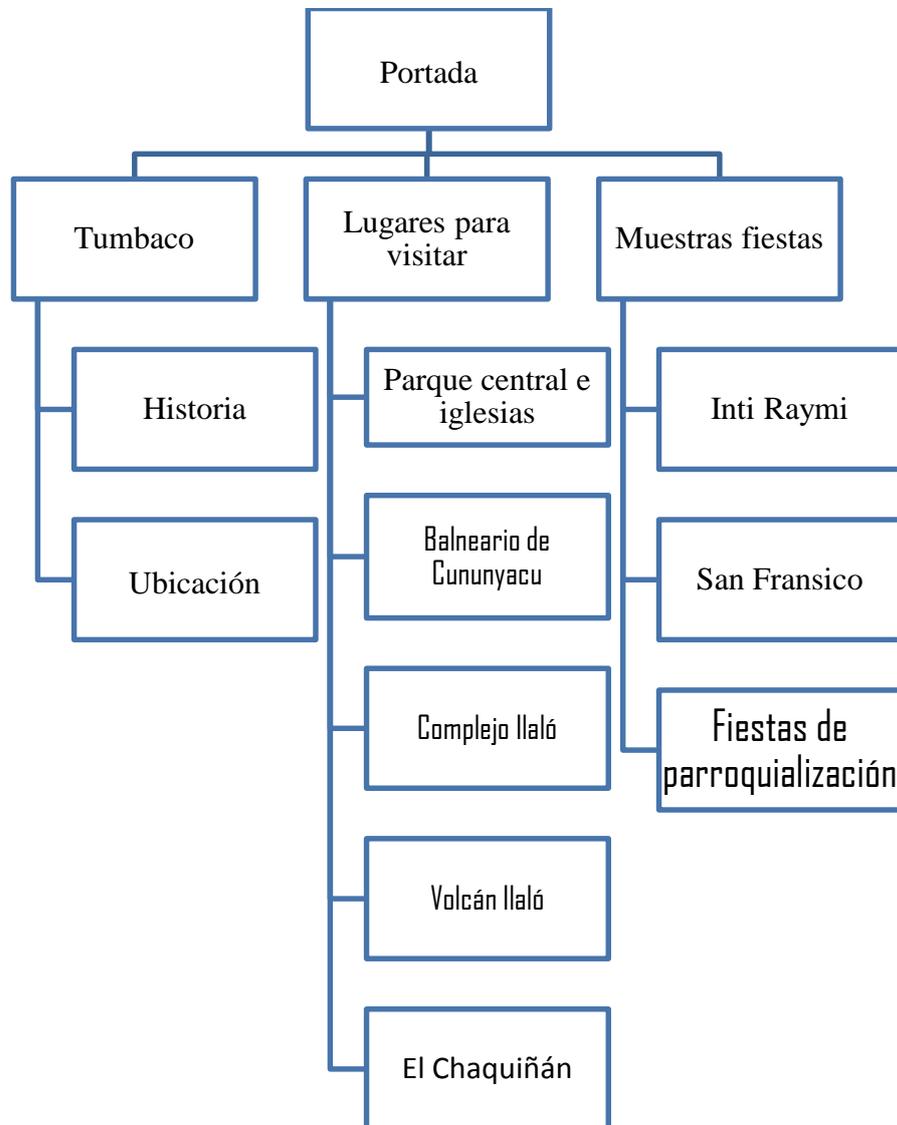
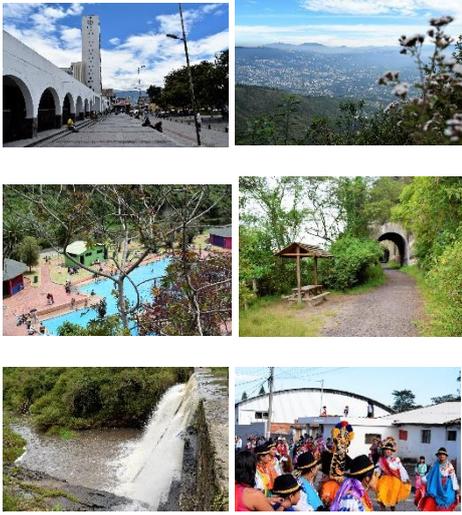
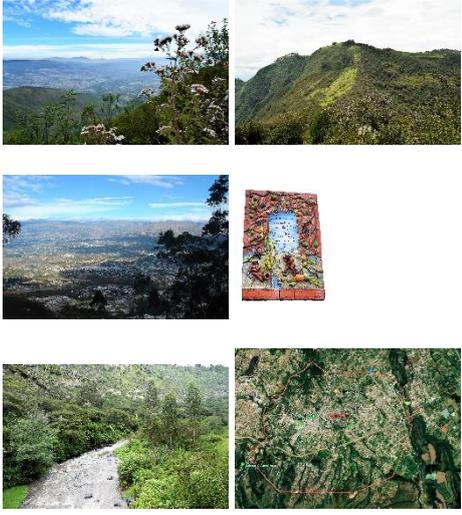
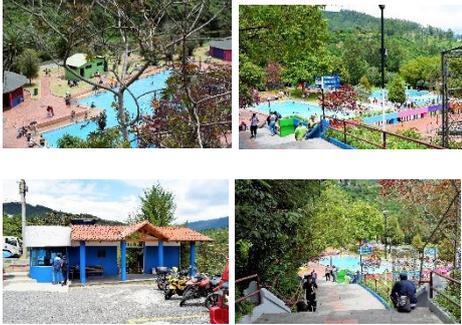


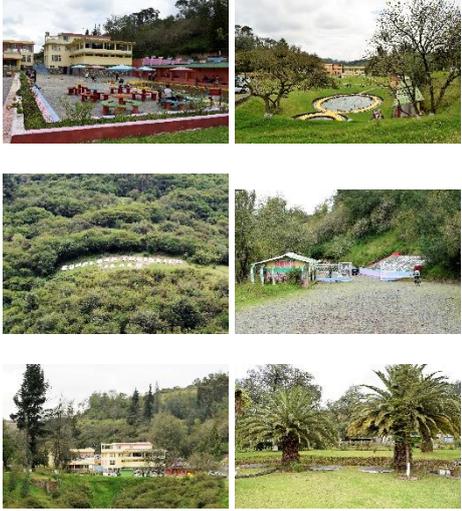
Figura 15: Mapa de Contenidos  
Realizado por: Jorge Pisuña.

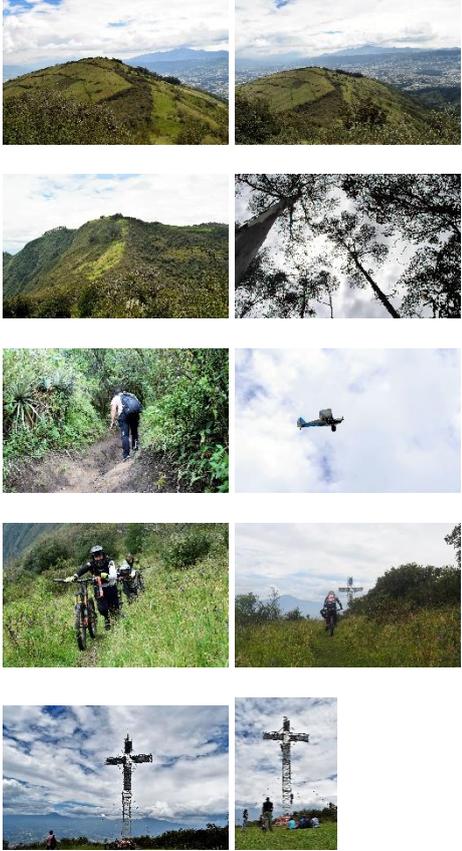
## Índice de Imágenes

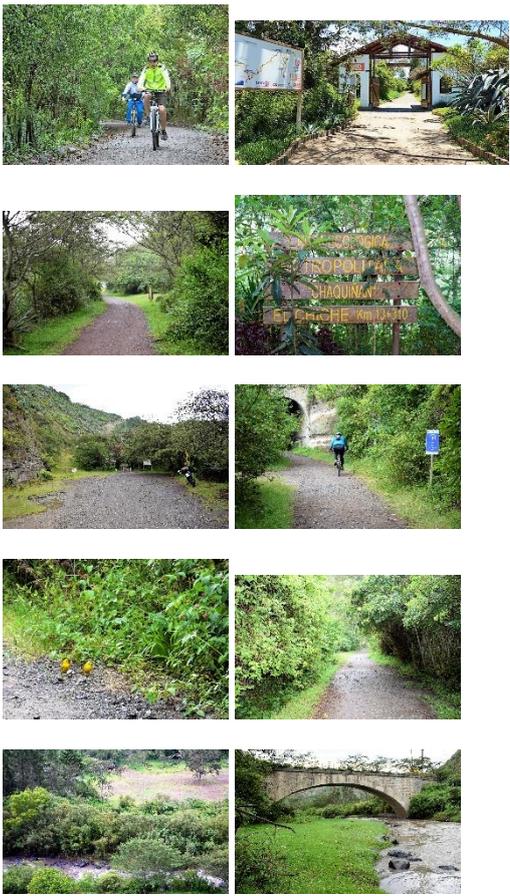
Tabla 17  
Índice de Imágenes

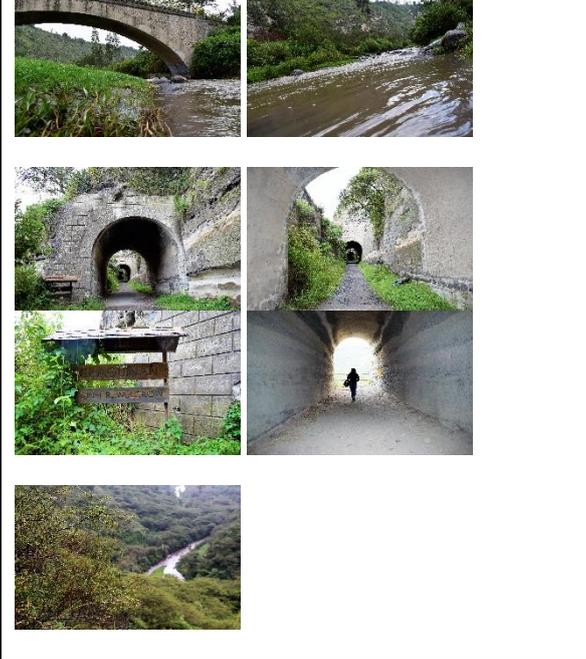
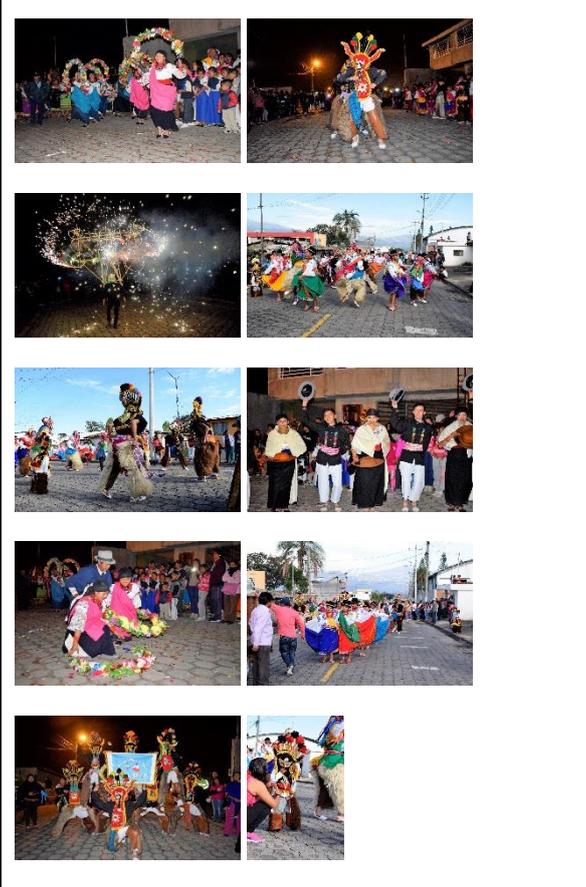
Contenidos	Características de Imagen
<p data-bbox="304 383 890 421">Índice</p> 	<p data-bbox="890 501 1238 591">Fotos utilizada en el contenido Modo de Color: CMYK Resolución: 300 PPI</p>
<p data-bbox="304 987 890 1025">Información General</p> 	<p data-bbox="890 1263 1238 1384">Fotos utilizada en Información General Modo de Color: CMYK Resolución: 300 PPI</p>
<p data-bbox="304 1585 890 1624">Parque Central</p> 	<p data-bbox="890 1742 1257 1863">Fotos utilizada en las páginas de Parque Central Modo de Color: CMYK Resolución: 300 PPI</p>

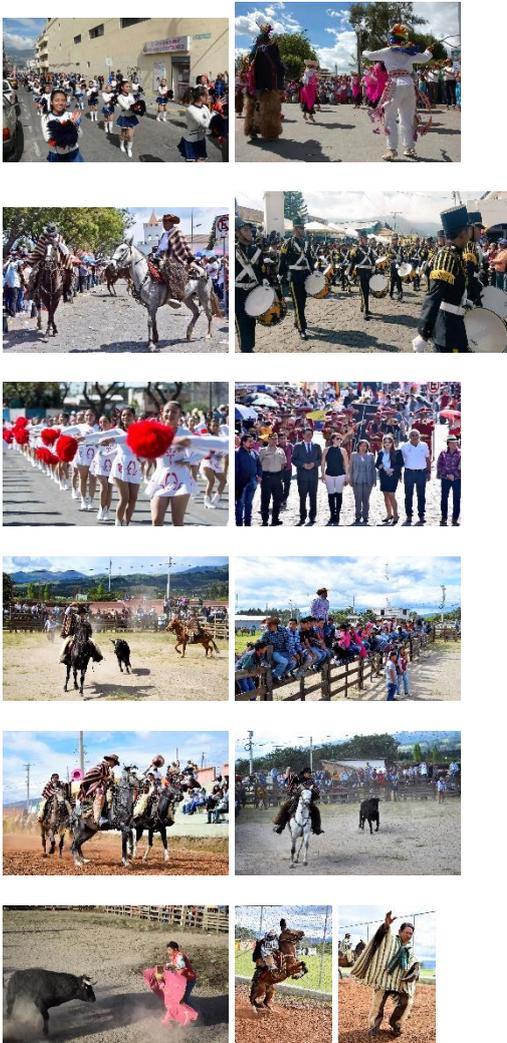
Contenidos	Características de Imagen
<p data-bbox="304 226 485 257">Iglesia Antigua</p> 	<p data-bbox="906 443 1257 562">Fotos utilizada en las páginas de Iglesia Antigua Modo de Color: CMYK Resolución: 300 PPI</p>
<p data-bbox="304 920 496 952">Iglesia Moderna</p> 	<p data-bbox="906 1115 1257 1234">Fotos utilizada en las páginas de Iglesia Moderna Modo de Color: CMYK Resolución: 300 PPI</p>
<p data-bbox="304 1525 555 1556">Balneario Cununyacu</p> 	<p data-bbox="906 1839 1257 1957">Fotos utilizada en las páginas de Balneario Cununyacu Modo de Color: CMYK Resolución: 300 PPI</p>

Contenidos	Características de Imagen
	<p>Fotos utilizada en las páginas de Balneario Cununyacu Modo de Color: CMYK Resolución: 300 PPI</p>
Complejo Ilaló	
	<p>Fotos utilizada en las páginas de Complejo Ilaló Modo de Color: CMYK Resolución: 300 PPI</p>

Contenidos	Características de Imagen
	<p>Fotos utilizada en las páginas de Complejo Ilaló Modo de Color: CMYK Resolución: 300 PPI</p>
<p>Volcán Ilaló</p>	
	<p>Fotos utilizada en las páginas de Volcán Ilaló Modo de Color: CMYK Resolución: 300 PPI</p>

Contenidos	Características de Imagen
	<p>Fotos utilizada en las páginas de Volcán Ilaló            Modo de Color: CMYK            Resolución: 300 PPI</p>
<p>EL Chaquiñán</p>	
	<p>Fotos utilizada en las páginas de El Chaquiñán            Modo de Color: CMYK            Resolución: 300 PPI</p>

Contenidos	Características de Imagen
	<p>Fotos utilizada en las páginas de El Chaquiñán Modo de Color: CMYK Resolución: 300 PPI</p>
Inty Raymi	
	<p>Fotos utilizada en las páginas de Inty Raymi Modo de Color: CMYK Resolución: 300 PPI</p>
San Francisco	
	<p>Fotos utilizada en las páginas de San Francisco Modo de Color: CMYK Resolución: 300 PPI</p>

Contenidos	Características de Imagen
	<p>Fotos utilizada en las páginas de San Francisco            Modo de Color: CMYK            Resolución: 300 PPI</p>
<p>Fiestas de Parroquialización</p>	
	<p>Fotos utilizada en las páginas de Fiestas de Parroquialización            Modo de Color: CMYK            Resolución: 300 PPI</p>

Realizado por: Jorge Pisuña

## Estilos

Tabla 18

Estilo

Estilo	Familia Tipográfica	Características
Impact	<b>ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ</b> <b>Abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 1234567890 ç ¡ ?</b> <b>! ' + { } ^ * ç " @ ~ # \$ % &amp; / ( ) = ~ \ [ ]</b>	Esta tipografía se utilizó para Títulos de cada atractivo en tamaño 60
Calisto MT	ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ Abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 1234567890 ç ¡ ? ! ' + { } ^ * ç " @ ~ # \$ % & / ( ) = ~ \ [ ]	Esta tipografía se utilizó para Títulos y Subtítulos en tamaño 36
Linux Libertine	ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ Abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 1234567890 ç ¡ ? ! ' + { } ^ * ç " @ ~ # \$ % & / ( ) = ~ \ [ ]	Esta tipografía se utilizó para el contenido en tamaño 12

Realizado por: Jorge Pisuña

## Paginas Master o Retículas

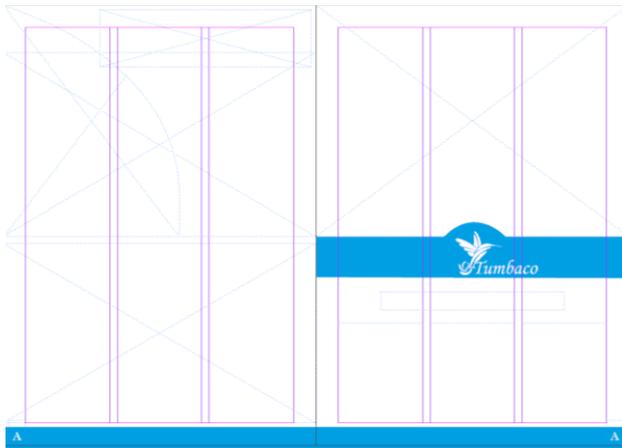


Figura 16: Página maestra  
Realizado por: Jorge Pisuña

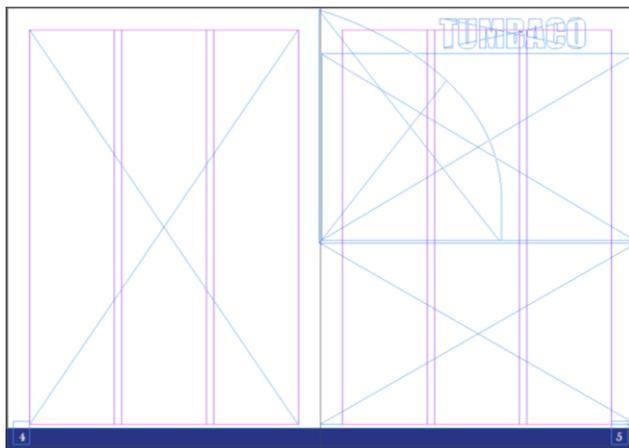


Figura 17: Retícula 1  
Realizado por: Jorge Pisuña

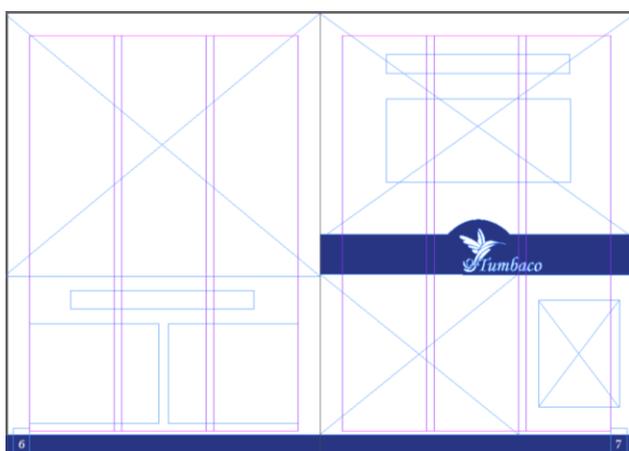


Figura 18: Retícula 2  
Realizado por: Jorge Pisuña

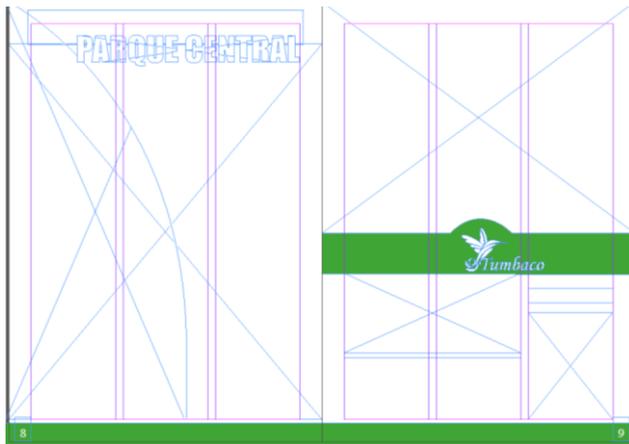


Figura 19: Retícula 3  
Realizado por: Jorge Pisuña

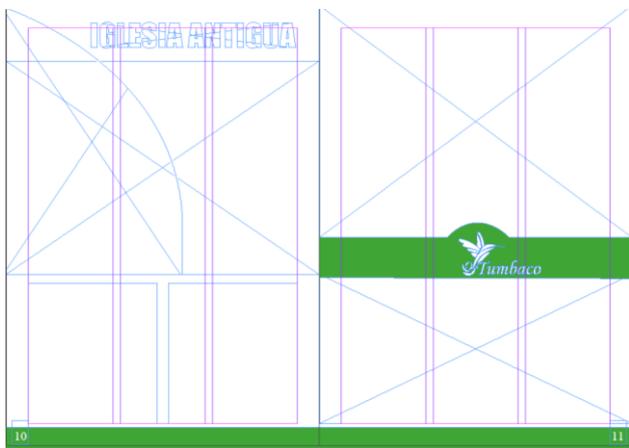


Figura 20: Retícula 4  
Realizado por: Jorge Pisuña

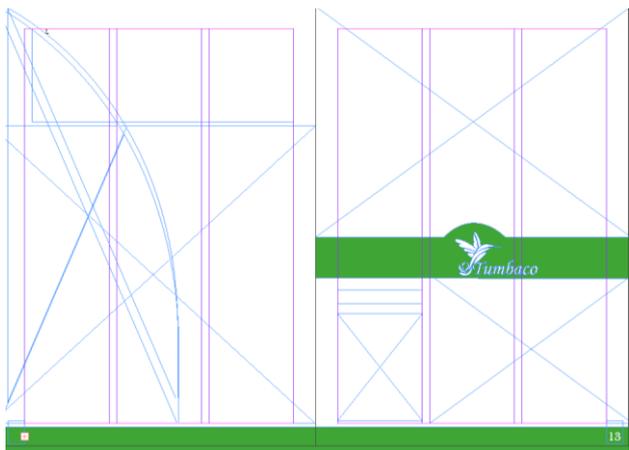
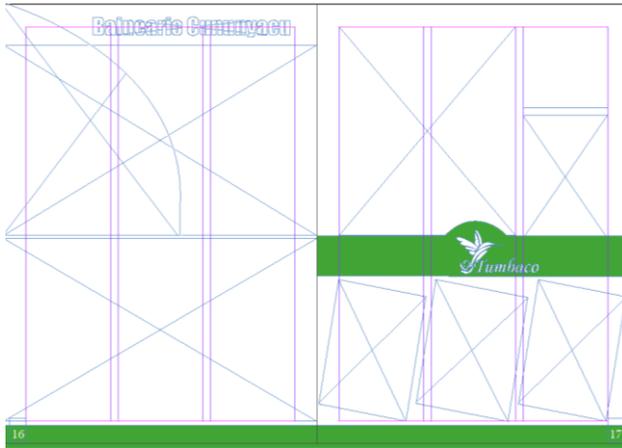
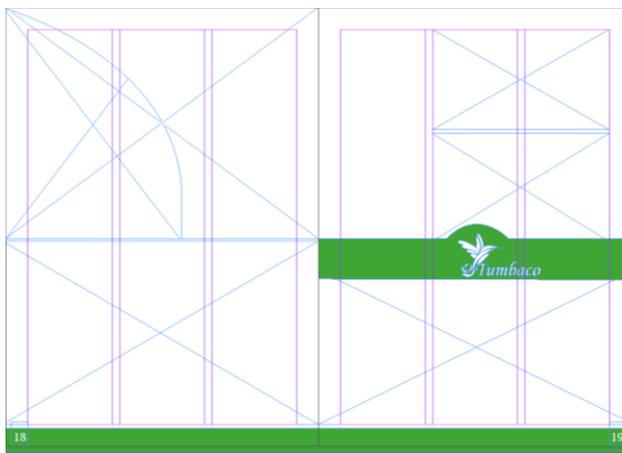


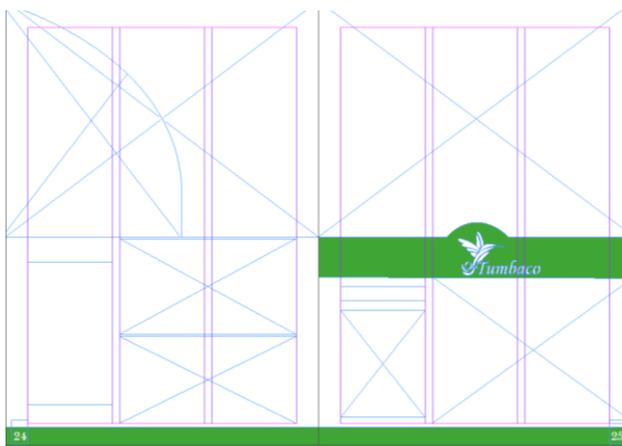
Figura 21: Retícula 5  
Realizado por: Jorge Pisuña



*Figura 22: Retícula 6*  
*Realizado por: Jorge Pisuña*



*Figura 23: Retícula 7*  
*Realizado por: Jorge Pisuña*



*Figura 24: Retícula 8*  
*Realizado por: Jorge Pisuña*

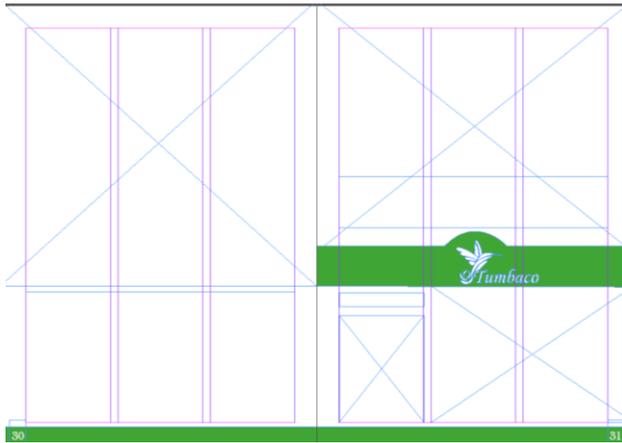


Figura 25: Retícula 9  
Realizado por: Jorge Pisuña

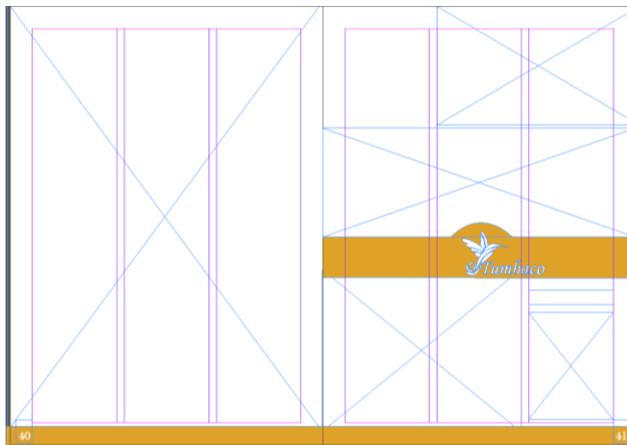


Figura 26: Retícula 10  
Realizado por: Jorge Pisuña

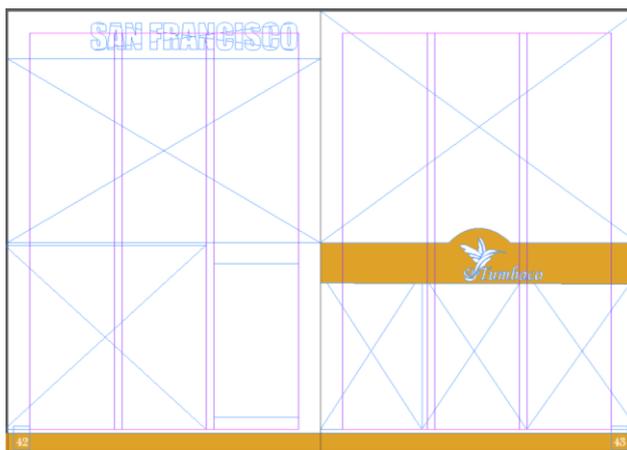


Figura 27: Retícula 11  
Realizado por: Jorge Pisuña

## Diagramación



Figura 28: Diagramación 1  
Realizado por: Jorge Pisuña

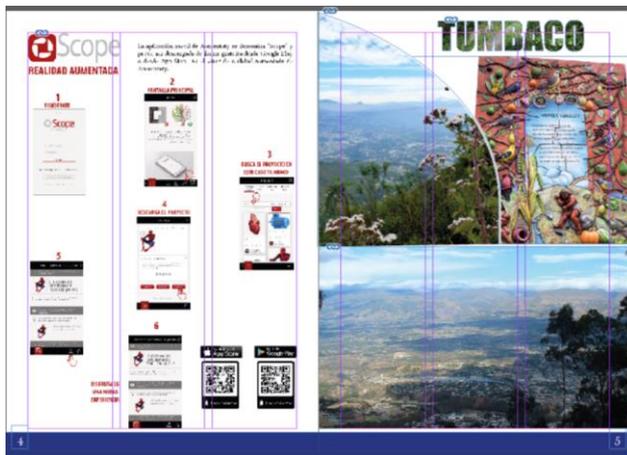


Figura 29: Diagramación 2  
Realizado por: Jorge Pisuña

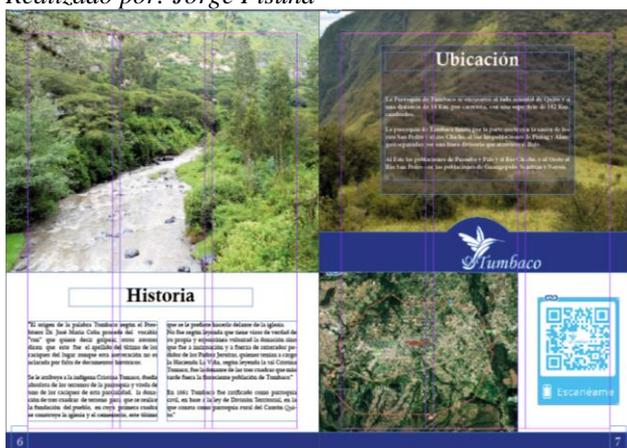


Figura 30: Diagramación 3  
Realizado por: Jorge Pisuña



Figura 31: Diagramación 4  
Realizado por: Jorge Pisaña



Figura 32: Diagramación 5  
Realizado por: Jorge Pisaña



Figura 33: Diagramación 6  
Realizado por: Jorge Pisaña



Figura 34: Diagramación 7  
Realizado por: Jorge Pisuña



Figura 35: Diagramación 8  
Realizado por: Jorge Pisuña



Figura 36: Diagramación 9  
Realizado por: Jorge Pisuña





Figura 40: Diagramación 13  
Realizado por: Jorge Pisuña

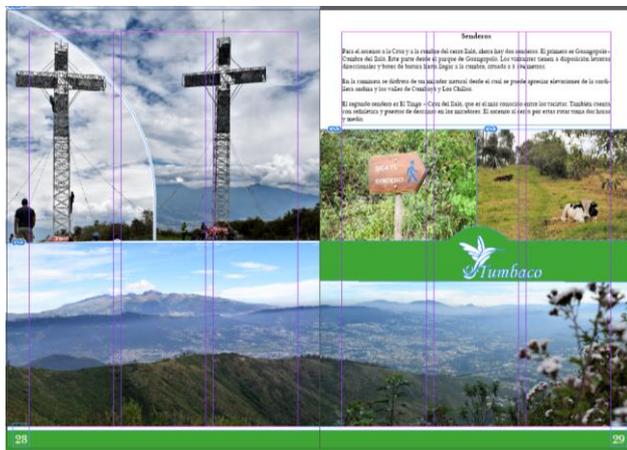


Figura 41: Diagramación 14  
Realizado por: Jorge Pisuña



Figura 42: Diagramación 15  
Realizado por: Jorge Pisuña

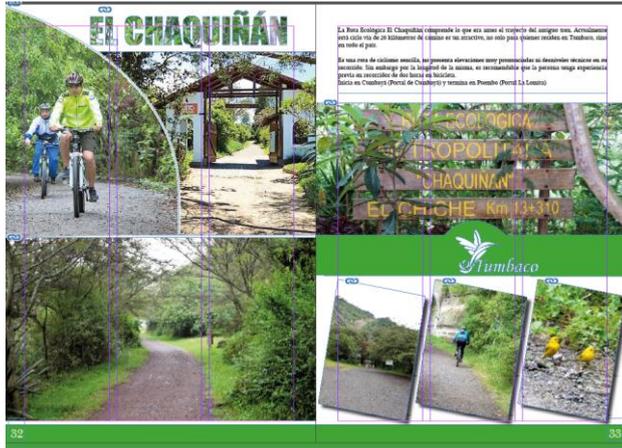


Figura 43: Diagramación 16  
Realizado por: Jorge Pisuña

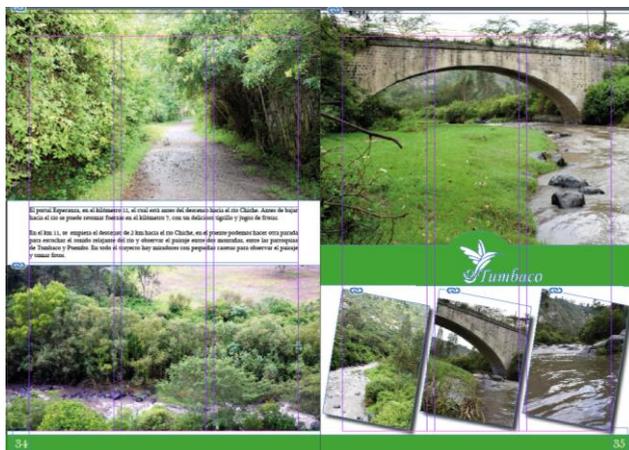


Figura 44: Diagramación 17  
Realizado por: Jorge Pisuña



Figura 45: Diagramación 18  
Realizado por: Jorge Pisuña



Figura 46: Diagramación 19  
Realizado por: Jorge Pisuña



Figura 47: Diagramación 20  
Realizado por: Jorge Pisuña



Figura 48: Diagramación 21  
Realizado por: Jorge Pisuña



Figura 49: Diagramación 22  
Realizado por: Jorge Pisaña



Figura 50: Diagramación 23  
Realizado por: Jorge Pisaña



Figura 51: Diagramación 24  
Realizado por: Jorge Pisaña



Figura 52: Diagramación 25  
Realizado por: Jorge Pisuña

## 5.04 Imagen Corporativa

### 5.04.01 Logotipo



Figura 53: Logotipo  
Realizado por: Jorge Pisuña

El logotipo que se usara en la revista está conformado por los siguientes elementos: Su Isotipo posee una estilización de un quide ave simbólica de la parroquia de Tumbaco, para la parte Tipográfica se ha utilizado la tipografías Monotype Corsiva para la palabra Tumbaco, la cual es una tipografía que denota modernidad, posee una excelente legibilidad para su lector.

### 5.04.02 Tipografía

Tabla 19  
Tipografía

Estilo	Familia Tipográfica	Características
Monotype	<i>A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z</i>	Esta tipografía se utilizó para la palabra Tumbaco
Corsiva	<i>A b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ¿ ¡ ? ! ' + { } ^ * ¢ " @ ~ # \$ % &amp; / ( ) = - \ [ ]</i>	

Elaborado por: Jorge Pisuña

### 5.04.03 Retícula

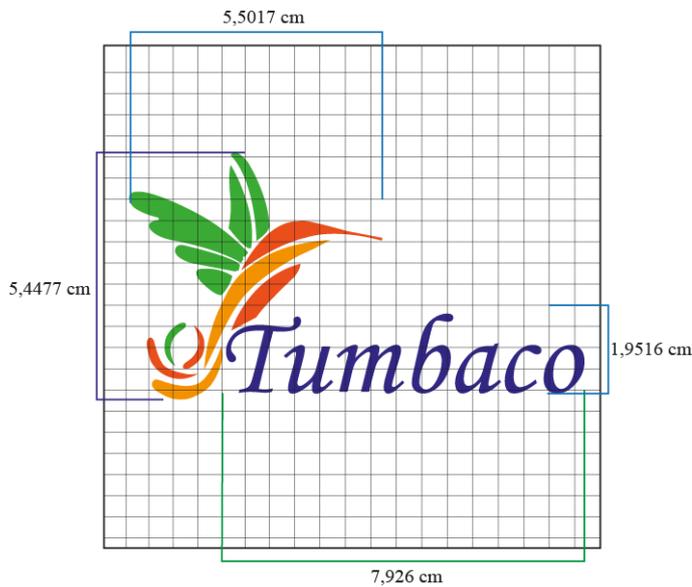


Figura 54: Retícula  
Realizado por: Jorge Pisuña

#### 5.04.04 Colores Corporativos

	C= 75 M= 0 Y= 100 K= 0 R= 58 G= 170 B=53 HEXADECIMALES= 3AAA35
	C= 0 M= 80 Y= 95 K= 0 R= 233 G= 78 B= 27 HEXADECIMALES= E94E1B
	C= 0 M= 50 Y= 100 K= 0 R= 243 G= 146 B= 0 HEXADECIMALES= F39200
	C= 100 M= 100 Y= 0 K= 0 R= 49 G= 39 B= 131 HEXADECIMALES= 312783

Figura 55: Colores Corporativos  
Realizado por: Jorge Pisuña

#### 5.04.05 Tamaño Mínimo y Máximo



Figura 56: Tamaño Mínimo y Máximo  
Realizado por: Jorge Pisuña

## Positivo y Negativo



Figura 57: Positivo y Negativo  
Realizado por: Jorge Pisuña

## Uso Correcto e Incorrecto

Uso correcto



Uso incorrecto



Figura 58: Uso Correcto e Incorrecto  
Realizado por: Jorge Pisuña

### 5.04.06 Portada

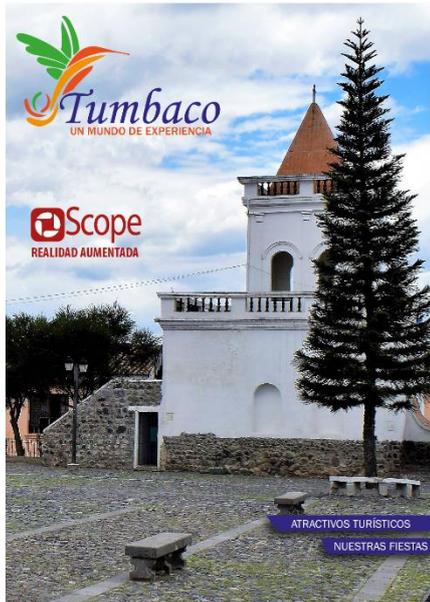


Figura 59: Portada  
Realizado por: Jorge Pisuña

### 5.04.07 Maquetación

Contenido	
Realidad Aumentada	
<b>INFORMACIÓN GENERAL</b>	4
Tumbaco	5-7
Historia	
Ubicación	
<b>LUGARES PARA VISITAR</b>	10-51
Parque central	
Iglesia Antigua	
Iglesia Moderna	
Balneario Cunuyacu	
Balneario Ilaló	
Volcán Ilaló	52-59
El Chaquiñán	
<b>MUESTRAS FIESTAS</b>	
Inti Raymi	52-59
San Francisco	
Fiestas de parroquialización	

Figura 60: Maqueta 1  
Realizado por: Jorge Pisuña



Figura 61: Maqueta 2  
Realizado por: Jorge Pisuña

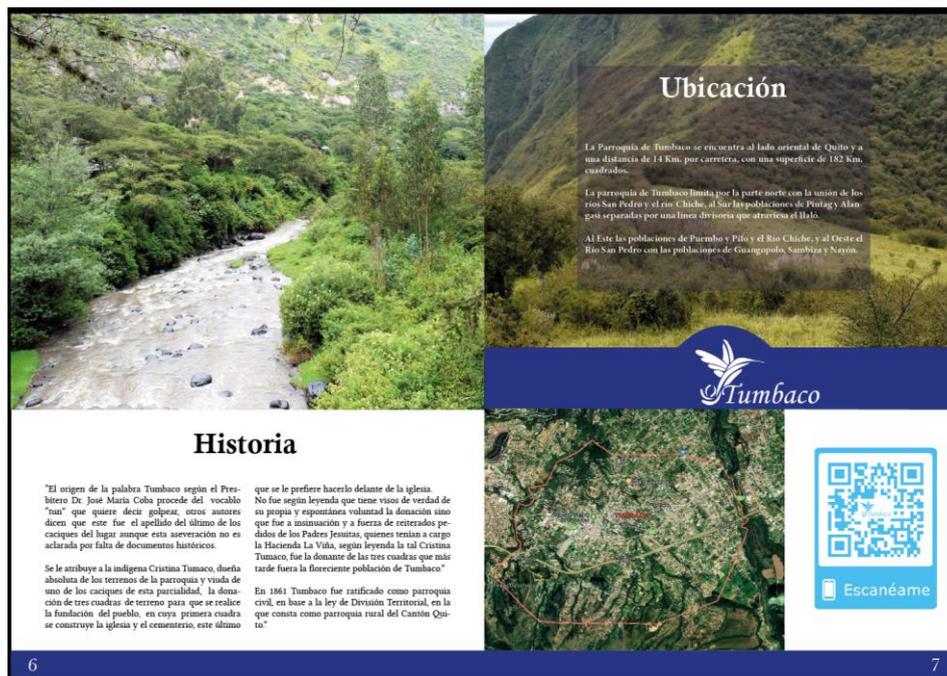


Figura 62: Maqueta 3  
Realizado por: Jorge Pisuña



Figura 63: Maqueta 4  
Realizado por: Jorge Pisuña



Figura 64: Maqueta 5  
Realizado por: Jorge Pisuña



Figura 65: Maqueta 6  
Realizado por: Jorge Pisuña



Figura 66: Maqueta 7  
Realizado por: Jorge Pisuña



Figura 67: Maqueta 8  
Realizado por: Jorge Pisuña



Figura 68: Maqueta 9  
Realizado por: Jorge Pisuña

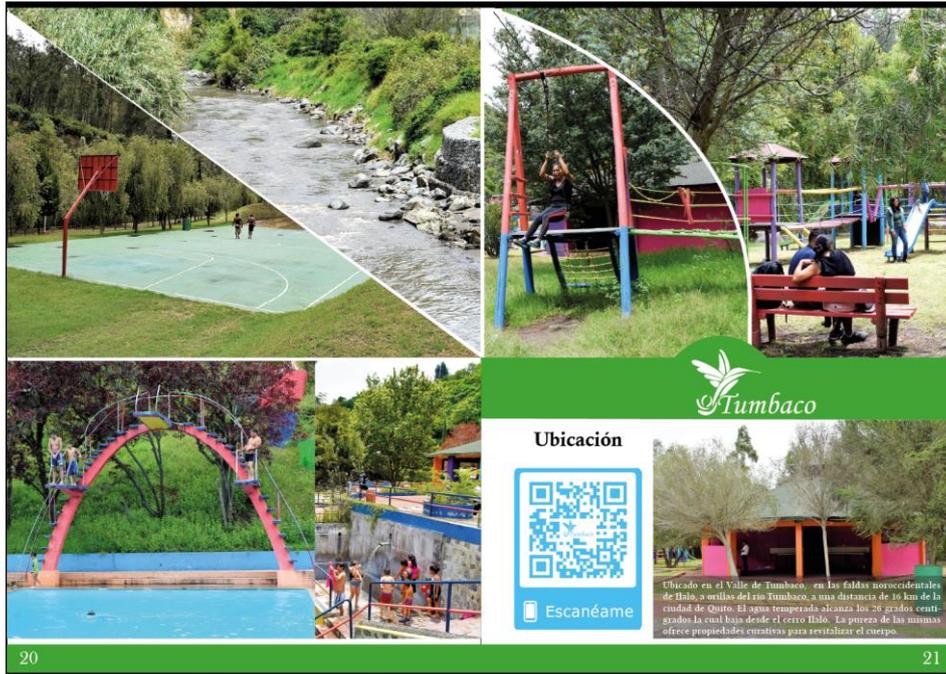


Figura 69: Maqueta 10  
Realizado por: Jorge Pisuña



Figura 70: Maqueta 11  
Realizado por: Jorge Pisuña



Figura 71: Maqueta 12  
Realizado por: Jorge Pisuña



Figura 72: Maqueta 13  
Realizado por: Jorge Pisuña

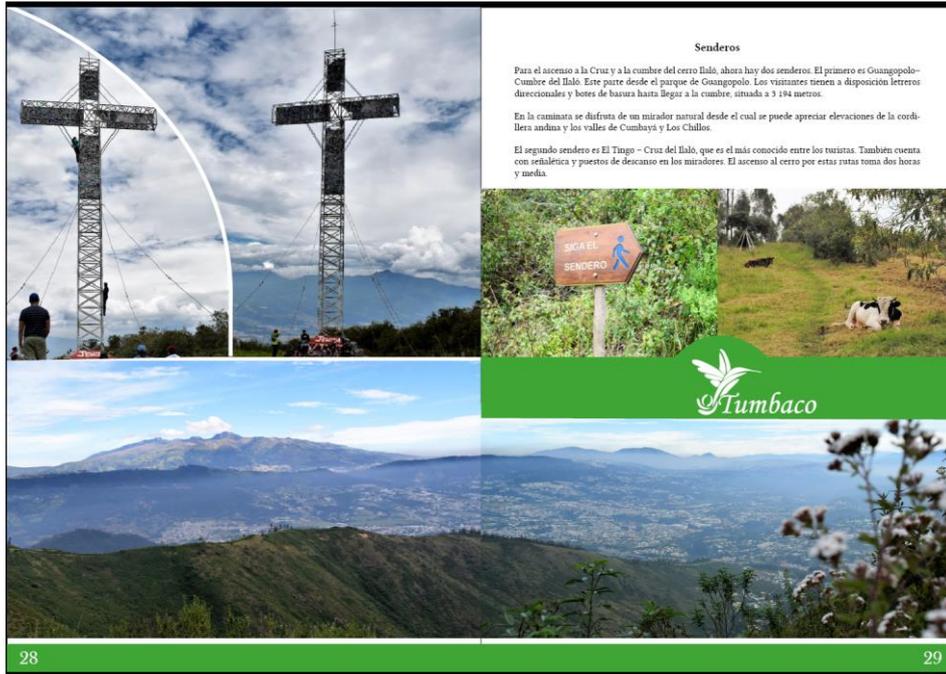


Figura 73: Maqueta 14  
Realizado por: Jorge Pisuña



Figura 74: Maqueta 15  
Realizado por: Jorge Pisuña

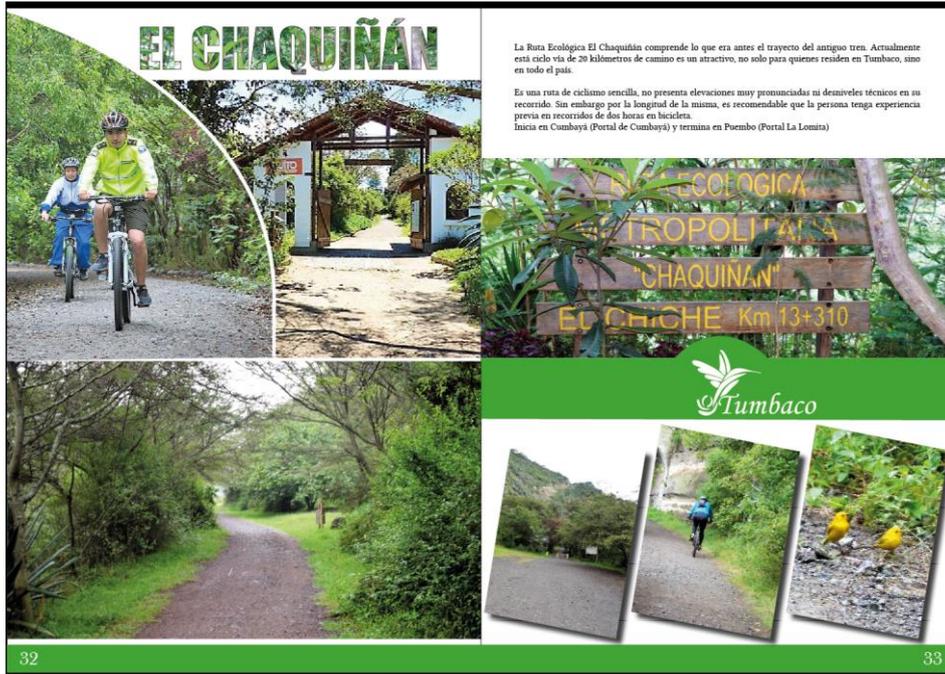


Figura 75: Maqueta 16  
Realizado por: Jorge Pisuña

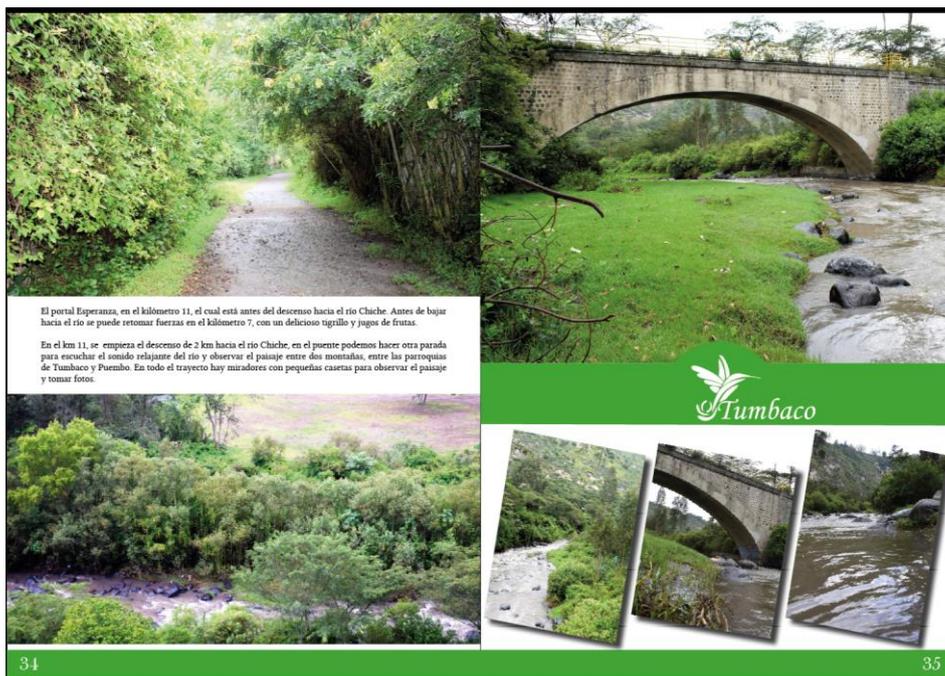


Figura 76: Maqueta 17  
Realizado por: Jorge Pisuña



Figura 77: Maqueta 18  
Realizado por: Jorge Pisuña



Figura 78: Maqueta 19  
Realizado por: Jorge Pisuña



Figura 79: Maqueta 20  
Realizado por: Jorge Pisuña



Figura 80: Maqueta 21  
Realizado por: Jorge Pisuña



Figura 81: Maqueta 22  
Realizado por: Jorge Pisuña



Figura 82: Maqueta 23  
Realizado por: Jorge Pisuña



Figura 83: Maqueta 24  
Realizado por: Jorge Pisuña



Figura 84: Maqueta 25  
Realizado por: Jorge Pisuña

## **5.05 Pre-Prensa**

Las medidas las cuales se van a utilizar en el formato, es de 29,7cm que es el largo y 21cm que es el ancho de la página (A4), como medidas finales de la revista informativa. Al respecto del papel se utilizará ecológico blanco a diferencia de la portada y contraportada las cuales serán de couche. La tinta que se utilizará será de soya Soy-Eco.

### **5.05.01 Prensa**

La máquina de impresión será una MO, para imprimir con la calidad esperada, la cual se adapta para el formato de revista disminuyendo los costes de impresión.

### **5.05.02 Post Prensa**

Después de haber terminado los pasos mencionados anteriormente procedemos a darle a nuestro producto acabados finales tales como: laminado mate, Encolado y UV selectivo en su logo.

### **5.05.03 Marketing y Distribución**

Para la distribución de la revista informativa, se realizará un convenio conjuntamente con el GAD de Tumbaco y el terminal terrestre de Quitumbe, los cuales ampliarán la distribución para la comercialización de la revista mediante islas.

Se realizará para el lanzamiento: la siguiente estrategia de difusión.

### **5.05.04 Estrategia Creativa**

Beneficio Racional: Variedad

Mensaje Básico: La Mejor experiencia la vives, en Tumbaco

Tono: Indiferente

Estilo: Juvenil

Insight: Visita Tumbaco y descubre un nuevo mundo

Eje de Campaña: Descubre un las maravillas que tiene Tumbaco

Slogan: La mejor experiencia turística

### 5.05.05 Diseño de Piezas Publicitarias

#### Roll up



Figura 85: Roll Up  
Realizado por: Jorge Pisuña.

ELABORACIÓN DE UNA REVISTA IMPRESA SOBRE LOS DIFERENTES ATRACTIVOS TURÍSTICOS QUE POSEE LA PARROQUIA DE TUMBACO, PARA INCREMENTAR EL CONOCIMIENTO DE LOS TURISTAS NACIONALES SOBRE LOS ENCANTOS NATURALES DE LA PARROQUIA

## Afiche



  
**Tumbaco**  
UN MUNDO DE EXPERIENCIA

**YA ESTÁ  
A LA VENTA!**

**DESCUBRE LOS ATRACTIVOS  
TURÍSTICOS MÁS  
HERMOSOS DE TUMBACO**

**LA MEJOR EXPERIENCIA TURÍSTICA**

ENCUÉNTRALA EN: TERMINAL TERRESTRE DE QUITUMBE Y EN EL GAD DE LA PARROQUIA DE TUMBACO  
TELÉFONOS: 0995221867 / 2052507

*Figura 86: Afiche  
Realizado por: Jorge Pisuña.*

## Postales



 Tumbaco  
LA MEJOR EXPERIENCIA TURÍSTICA



 Tumbaco  
LA MEJOR EXPERIENCIA TURÍSTICA



 Tumbaco  
LA MEJOR EXPERIENCIA TURÍSTICA



 Tumbaco  
LA MEJOR EXPERIENCIA TURÍSTICA



Figura 87: Postales  
Realizado por: Jorge Pisuña.

## CAPÍTULO VI

### 6.00 Aspectos Administrativos

#### 6.01 Recursos

##### 6.01.01 Técnicos -Tecnológicos

Para la elaboración de la revista turística de la Parroquia de Tumbaco, se manejó las siguientes herramientas tecnológicas:

- Laptop, Intel(R) Core(TM) i7-870H CPU, memoria 19 GB, con una velocidad de 2.21 GHz:
- Cámara digital Nikon D5300
- Adobe IllustratorCC2019
- Adobe PhotoshopCC2019
- Adobe indesignCC2019
- Microsoft Word
- Microsoft Excel
- Cinema 4D

### 6.01.02. Humano

Tabla 20

Recursos Humanos

Gestor del Proyecto	Jorge Pisuña
Tutor	Ing. Anaya Cruz
Población	Habitantes de la Parroquia de Tumbaco y propietarios de los atractivos turísticos
Autoridades	GAD de la parroquia de Tumbaco

Realizado por: Jorge Pisuña.

### 6.01.03. Económico

El presente proyecto está costado por el investigador, con el apoyo del GAD de Tumbaco.

## 6.02. Presupuestos

### 6.02.01 Costo de Diseño

Tabla 21

Costo de Diseño

Artes	Valor
Revista	750
Arte Flyer	50
Arte Afiche	50
roll up	75
Postales	10
Total	935

Realizado por: Jorge Pisuña.

### 6.02.02 Gastos Operativos

Tabla 22

Gastos Operativos

	Valor		Financiación			
	Valor Unitario	Cantidad	Universidad	Empresa	Estudiante	Total
Impresiones	\$0.25	80			X	20
Internet	\$0.40	75			X	30
Suministros de Oficina	\$0.30	25			X	7.5
Servicios Básicos	\$20,00	5 meses			X	100
Otros	\$2.00	50			X	100
Transporte	\$1.85	20			X	37
<b>Total</b>						294.5

Realizado por: Jorge Pisuña.

### 6.02.03 Aplicación del Proyecto

Tabla 23

Aplicación del Proyecto

Concepto	Valor		Financiación			
	Valor Unitario	Cantidad	Universidad	Empresa	Estudiante	Total
Costo de diseño	\$935	1		X	X	935
Gastos Operativos	\$294.5	1			X	294.5
Revista	\$ 3.25	1000		X	X	3250
Arte Flyer	\$0.10	1000		X	X	100
Arte Afiche	\$0.25	1000		X	X	250
roll up	\$25	2			X	50
Postales	\$0.10	1000			X	100
Empaque	\$1.50	1000		X	X	1500
Sud Total						6479.5
15% de Imprevistos						971.93
<b>TOTAL</b>						7451.43

Realizado por: Jorge Pisuña.

### 6.03 Cronograma

Tabla 24  
Cronograma

Nº.	Actividad	Responsable	Tiempo				Resultado Esperados	
			Mes	Semana				
1	Antecedentes	Investigador	Diciembre	x				Se identificó la situación del entorno
2	Análisis de Involucrados	Investigador	Enero	x	x			Se identificó los involucrados
3	Problemas y Objetivos	Investigador	Febrero	x				Se identificó los problemas y objetivos
4	Análisis de Alternativa	Investigador	Febrero		x	x		Definir las Alternativas para la solución del problema
5	La Propuesta	Investigador	Marzo	x	x	x	x	Diseño de la revista
6	Aspectos Administrativos	Investigador	Abril	x	x			Identificar los recursos técnicos, Humanos y económicos y definir el presupuesto de campaña
7	Conclusiones y Recomendaciones	Investigador	abril			x	x	Mencionar conclusiones y Recomendaciones para el seguimiento del proyecto

Realizado por: Jorge Pisuña.

## CAPITULO VII

### 7. Conclusiones y Recomendaciones

#### 7.01. Conclusiones

- En la finalización del proyecto se observó que el nivel de conocimiento de los turistas nacionales es muy escaso sobre los atractivos turísticos de Tumbaco.
- Mediante el análisis y tabulación de las encuestas realizadas en la Parroquia de Tumbaco se llega a la conclusión que la población está de acuerdo en la implementación y adquisición de una revista informativa sobre los atractivos turísticos de Tumbaco.
- Se elevó el nivel de interés por parte de, turistas nacionales sobre las actividades que puede realizar en los diferentes atractivos turísticos de Tumbaco
- Por medio de la revista turística se incrementó el nivel de visitas en los diferentes atractivos turísticos de la Parroquia.
- El objetivo de incentivar la revista como fuente principal de información, se cumplió, por medio de su diagramación y buen manejo de los elementos tanto textuales como fotográficos.
- La elaboración de la revista informativa brinda un aporte positivo al área del turismo de Distrito Metropolitano de Quito.
- Se logró obtener información verídica sobre los atractivos turísticos mediante los habitantes de la Parroquia.

- 
- Mediante la difusión de la revista informativa, se incrementó el nivel de conocimiento sobre los atractivos turísticos de la Parroquia siendo el objetivo principal.
  - Se logró captar el interés del GAD de Tumbaco mediante la diagramación y diseño de la revista informativa por su innovación
  - Se logró obtener información visual exclusiva de los diferentes atractivos turísticos de la parroquia de Tumbaco.

---

## 7.02. Recomendaciones

- Se recomienda que se trabaje más proyectos para destacar los atractivos turísticos de la Parroquia.
- Se recomienda que se implementen una mayor señalización para llegar a los distintos atractivos turísticos.
- Se recomienda actualizar cada año el material visual
- Se recomienda que se implemente más revistas turísticas de la Parroquia de Tumbaco.
- Ubicar las diferentes artes publicitarias en lugares estratégicos donde genere mayor impacto al usuario.

### 7.03 Referencias Bibliográficas

AHOTEC. (14 de Octubre de 2015). *Reglamento de Alojamiento Turístico*.

Recuperado el 12 de Marzo de 2019, de Reglamento de Alojamiento Turístico con Reformas:

<https://www.hotelesecuador.com.ec/downloads/Reglamento-de-Alojamiento-Turistico-con-Reformas-del-14.10.2015.pdf>

Bassat, L. (2001). *El libro rojo de la publicidad*. España: Random House

Mondadori, S. A. Recuperado el 12 de Marzo de 2019, de

[https://www.pqs.pe/sites/default/files/2016/03/aprendemas/libro\\_rojo\\_de\\_la\\_publicidad1.pdf](https://www.pqs.pe/sites/default/files/2016/03/aprendemas/libro_rojo_de_la_publicidad1.pdf)

Bembibre, C. (diciembre de 2011). *Definición ABC*. Recuperado el 12 de Marzo de

2019, de definicionabc: <https://www.definicionabc.com/tecnologia/camara-fotografica.php>

Bembibre, C. (29 de Mayo de 2011). *Importancia*. Recuperado el 5 de Marzo de

2019, de Importancia.org: <https://www.importancia.org/turismo.php>

Bembibre, C. (29 de Mayo de 2011). *Importancia del turismo*. Recuperado el 12 de

Marzo de 2019, de Importancia.org:

<https://www.importancia.org/turismo.php>

Bembibre, C. (13 de septiembre de 2011). *Importancia.org*. Recuperado el 12 de

Marzo de 2019, de importancias:

<https://www.importancia.org/publicidad.php>

Bembibre, V. (Octubre de 2008). *Definición ABC*. Recuperado el 12 de Marzo de

2019, de Definicion:

<https://www.definicionabc.com/tecnologia/fotografia.php>

Carretero, A. L. (27 de agosto de 2014). *creativosonline*. Recuperado el 12 de Marzo de 2019, de creativosonline: <https://www.creativosonline.org/blog/adobe-illustrator-que-es-y-para-que-sirve.html>

Ecuador, M. d. (01 de Abril de 2015). *PROYECTO ECUADOR POTENCIA TURÍSTICA*. Recuperado el 6 de Marzo de 2019, de ECUADOR POTENCIA TURÍSTICA: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/Documento-Proyecto-Ecuador-Potencia-Tur%C3%ADstica.pdf>

Gallardo, F. G. (1 de Noviembre de 2011). *Marketin 2.0*. Recuperado el 12 de Marzo de 2019, de Mrketing 2.0: [http://bdigital.uncu.edu.ar/objetos\\_digitales/4868/gallardocetrabajodeinvestigacion.pdf](http://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/4868/gallardocetrabajodeinvestigacion.pdf)

Gazeta de Antropología. (20 de Diciembre de 2004). *Los conceptos del turismo*. Recuperado el 12 de Marzo de 2019, de Gazeta de Antropología: [https://www.ugr.es/~pwlac/G20\\_29Alfredo\\_Francesch.html](https://www.ugr.es/~pwlac/G20_29Alfredo_Francesch.html)

GoRaymi. (2018). *goraymi*. Recuperado el 24 de enero de 2019, de Ecuador Turismo: <https://www.goraymi.com/es-ec/ecuador/ecuador-turismo-a2412dcd6>

Liarte, D. (22 de enero de 2010). *xatakafoto*. Recuperado el 12 de Marzo de 2019, de xatakafoto: <https://www.xatakafoto.com/tutoriales/los-tipos-de-angulos-en-las-fotografias>

Maxon. (s.f.). *Maxon 3D*. Recuperado el 12 de abril de 2019, de Maxon: <https://www.maxon.net/es/productos/cinema-4d/cinema-4d/>

MONTESDEOCA, E. (24 de Febrero de 2015). *EL TURISMO EN ECUADO*.

Recuperado el 12 de Marzo de 2019, de Revista Galega de Economía:

<http://www.usc.es/econo/RGE/Vol24/rge2426.pdf>

Morera, F., & Sánchez, À. (febrero de 2014). *multimedia.uoc.edu*. Recuperado el 12

de Marzo de 2019, de multimedia.uoc.edu:

[http://multimedia.uoc.edu/guias/InDesign/PID\\_00210572.pdf](http://multimedia.uoc.edu/guias/InDesign/PID_00210572.pdf)

Navarro, J. (Mayo de 2015). *Definición ABC*. Recuperado el 06 de Marzo de 2019,

de desinicion: [https://www.definicionabc.com/tecnologia/realidad-](https://www.definicionabc.com/tecnologia/realidad-aumentada.php)

[aumentada.php](https://www.definicionabc.com/tecnologia/realidad-aumentada.php)

Netto, A. P. (01 de marzo de 2012). *Teoría del Turismo*. Recuperado el 12 de Marzo

de 2019, de Conceptos modelos y sistemas:

[https://www.entornoturistico.com/wp-](https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/06/Teor%C3%ADa-del-Turismo-Conceptos-modelos-y-sistemas-de-Panosso-PDF.pdf)

[content/uploads/2017/06/Teor%C3%ADa-del-Turismo-Conceptos-modelos-](https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/06/Teor%C3%ADa-del-Turismo-Conceptos-modelos-y-sistemas-de-Panosso-PDF.pdf)

[y-sistemas-de-Panosso-PDF.pdf](https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/06/Teor%C3%ADa-del-Turismo-Conceptos-modelos-y-sistemas-de-Panosso-PDF.pdf)

Pérez, J., & Merino, M. (2009). *definicion.de*. Recuperado el 06 de Marzo de 2019,

de definicion: <https://definicion.de/revista/>

Quito, M. d. (1 de enero de 2019). *quitocultura*. Recuperado el 12 de Marzo de 2019,

de quitocultura: <http://www.quitocultura.info/venue/parroquia-tumbaco/>

Ramos, J. (2017). DISEÑO Y MAQUETACIÓN DE UNA REVISTA SOBRE LA

ARQUITECTURA NEOCLÁSICA EXISTENTE EN EL CENTRO

HISTÓRICO DE QUITO APLICANDO TÉCNICAS MIXTAS

(ILUSTRACIÓN DIGITAL, ILUSTRACIÓN MANUAL Y FOTOGRAFÍA

DIGITAL) PARA FOMENTAR EL APRENDIZAJE DE ESE ESTILO EN

EL DISTRI. *Proyecto de investigación previo a la obtención del título de*

---

*Tecnólogo en Diseño Gráfico. Instituto Superior Cordillera, Quito.*

Recuperado el 12 de Marzo de 2019

Rodríguez, S. (28 de Abril de 2007). *ESTRATEGIA CREATIVA Y BRIEF*

*CREATIVO*. Recuperado el 12 de Marzo de 2019, de Mercadeo y publicidad:

<http://mercadeoypublicidad.com/Secciones/Biblioteca/DetalleBiblioteca.php?recordID=6530>

Ruiz, C. (13 de octubre de 2011). *ticinformaticafederacion.blogspot.com*.

Recuperado el 12 de Marzo de 2019, de ticinformaticafederacion:

<https://ticinformaticafederacion.blogspot.com/2011/10/que-es-photoshop-y-para-que-sirve.html>

Sancho, A. (s.f.). *Introducción al Turismo*. Recuperado el 12 de Marzo de 2019, de

Introducción al Turismo: [http://www.utntyh.com/wp-](http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf)

[content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf](http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf)

Sartaguda, R. (01 de Febrero de 2018). *La importancia de la publicidad y mercadeo*

*para el turismo*. Recuperado el 13 de Marzo de 2019, de Cuida tu dinero:

<https://www.cuidatudinero.com/13128557/la-importancia-de-la-publicidad-y-mercadeo-para-el-turismo>

Tapia, J. S. (20 de Diciembre de 2010). *TURISMO EN EL ECUADOR*. Recuperado

el 13 de Marzo de 2019, de Disertación previa a obtener el título de

Licenciatura en:

<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/5475/T-PUCE-5703.pdf?sequence=1>

Travel, E. (2004). *Ecuador Travel*. Recuperado el 24 de enero de 2019, de Ecuador

Travel: <https://ecuador.travel/es/destinos/andes/quito/>

---

Ucha, F. (Marzo de 2010). *Definición ABC*. Recuperado el 06 de Marzo de 2019, de

Definición: <https://www.definicionabc.com/general/turista.php>

Ucha, F. (2 de febrero de 2014). *importancia.org*. Recuperado el 12 de Marzo de

2019, de *importancia.org*: <https://www.importancia.org/encuesta.php>

Viaje Jet. (s.f.). *Viaje Jet*. Recuperado el 12 de Marzo de 2019, de Lugares turísticos

en Ecuador: <https://www.viajejet.com/lugares-turisticos-en-ecuador/>

# Anexos

Anexo 1 Carta Aval



GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE TUMBACO

Oficio Circular No. 18-428 -GAD- TUMABACO  
Tumbaco 23 de Mayo de 2019

Señores  
**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA**  
Presente.-

De mi consideración:

Me permito emitir el siguiente oficio correspondiente a la entrega e implementación del proyecto denominado "ELABORACIÓN DE UNA REVISTA IMPRESA SOBRE LOS DIFERENTES ATRACTIVOS TURÍSTICOS QUE POSEE LA PARROQUIA DE TUMBACO, PARA INCREMENTAR EL CONOCIMIENTO DE LOS TURISTAS NACIONALES SOBRE LOS ENCANTOS NATURALES DE LA PARROQUIA", propuesta por el estudiante: Jorge Iván Pisuña Tuza, con cedula de Ciudadanía Nro. 1717794588, proyecto que se desarrolla con la finalidad de promover el turismo en la parroquia.

Le reitero nuestro agradecimiento y la predisposición para colaborar en futuro requerimientos que nos soliciten.



**Ab. Mayra Lorena Brito**  
**PRESIDENTA DEL GOBIERNO AUTÓNOMO**  
**DESCENTRALIZADO DE TUMBACO**

Dirección: Francisco de Orellana OE1-126 y Juan Montalvo (Parque Central)  
Correo: [info@tumbaco.gob.ec](mailto:info@tumbaco.gob.ec)

Teléfonos: 02376-083 022370-001  
[www.tumbaco.gob.ec](http://www.tumbaco.gob.ec)



GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE TUMBACO

Oficio Circular No. 20-356 -GAD- TUMABACO  
Tumbaco 10 de Diciembre de 2018

Señor  
**Jorge Pisuña**  
**ESTUDIANTE DEL INSTITUTO CORDILLERA**  
Presente.-

Reciba un cordial saludo de parte del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia de Tumbaco, a la vez deseándole muchos éxitos en sus funciones encomendadas.

El presente tiene como objeto informarle que, el señor Jorge Iván Pisuña Tuza, estudiante del Instituto Cordillera del sexto semestre de la carrera de Diseño Gráfico, cuenta con la autorización para realizar el proyecto *“Elaboración de una revista impresa sobre los diferentes atractivos turísticos que posee la Parroquia de Tumbaco, para incrementar el conocimiento de los turistas nacionales sobre los encantos naturales de la Parroquia”*.

Particular que pongo en su conocimiento para los fines pertinentes.



**Ab. Mayra Lorena Brito**  
**PRESIDENTA DEL GOBIERNO AUTÓNOMO**  
**DESCENTRALIZADO DE TUMBACO**

Anexo 2 Urkund

# URKUND

## Urkund Analysis Result

Analysed Document: Tesis.docx (D50961805)  
Submitted: 4/23/2019 5:38:00 PM  
Submitted By: jorge\_pi91@yahoo.com  
Significance: 7 %

### Sources included in the report:

fernando chavez.docx (D23199041)  
TESISI UNO REVISION 2.pdf (D26635483)  
tesisjoprgeRivera.docx (D23773912)  
<http://www.dspace.cordillera.edu.ec/bitstream/123456789/1676/1/7-TURISM-15-15-1723222541.pdf>  
<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/10301/1/T-UCE-0004-09.pdf>  
<http://www.tumbaco.gob.ec/web/tumbaco/informacion-general>  
<http://www.dspace.cordillera.edu.ec/bitstream/123456789/1335/1/105-DIS-13-13-1722594445.pdf>  
<http://www.quitocultura.info/venue/parroquia-tumbaco/>  
<http://www.dspace.cordillera.edu.ec/bitstream/123456789/3999/1/4-TUR-17-18-1725560518.pdf>

### Instances where selected sources appear:

18

  
Lic. Anapa Cruz Pachado

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA BITACORA PARA EL CONTROL DE PROYECTOS DE TITULACION									
SEDE CALI SALUD ANAYA NOMBRE DEL ESTUDIANTE: MISAIA TULA DABRIVAN									
CARRERA: DISEÑO GRAFICO									
TEMA DE TITULACION: ELABORACION DE UNA REVISTA IMPRESA SOBRE LOS DIFERENTES ATRACTIVOS TURISTICOS QUE POSEE LA PARROQUIA DE TUMBACO, PARA INCREMENTAR EL CONOCIMIENTO DE LOS TURISTAS NACIONALES SOBRE LOS ENCANTOS NATURALES DE LA PARROQUIA									
IMPRESION AUTOPORTE: 2019-01-08 19:00:00									
TIPO DE REPORTE: AUMILULA UNO									
MODALIDAD: INVESTIGACION DESARROLLO INNOVACION									
NO. CODIGO	FECHA TUTORIA	TIPO ASESORIA	HORA INICIO	TEMA TRATADO	HEBIA FIN	HORAS	PERIODO:	OBSERVACION	ESTADO SC
1	184150	2018-12-05	2018-12-05 18:01:00	ANTECEDENTES/ CONTEXTO	2018-12-05 19:30:00	1.48	OCT 2018	EL ESTUDIANTE REALIZA MODIFICACIONES QUEDA LISTO.	PROCESADO
2	163112	2018-12-02	2018-12-02 08:00:00	ANTECEDENTES/ CONTEXTO	2018-12-02 19:00:00	11.00	MAR 2019	EL ESTUDIANTE REALIZA LAS MODIFICACIONES INDICADAS Y AMPLIA LA OBSERVACION.	PROCESADO
3	184146	2018-11-28	2018-11-28 18:00:00	ANTECEDENTES/ JUSTIFICACION	2018-11-28 19:15:00	1.25	MAR 2019	EL ESTUDIANTE PRESENTA LOS ADELANTOS INDICADOS.	PROCESADO
4	163113	2018-12-02	2018-12-02 08:00:00	ANTECEDENTES/ JUSTIFICACION	2018-12-02 19:00:00	11.00	MAR 2019	EL ESTUDIANTE REALIZA LAS MODIFICACIONES INDICADAS Y AMPLIA LA OBSERVACION.	PROCESADO
5	184132	2018-12-05	2018-12-05 18:03:00	ANTECEDENTES/ DEFINICION DEL PROBLEMA CENTRAL (MATERIA)	2018-12-05 19:03:00	1.00	MAR 2019	EL ESTUDIANTE REALIZA LAS MODIFICACIONES INDICADAS Y AMPLIA LA OBSERVACION.	PROCESADO
6	163114	2018-12-09	2018-12-09 08:00:00	ANTECEDENTES/ DEFINICION DEL PROBLEMA CENTRAL (MATERIA)	2018-12-09 19:00:00	11.00	MAR 2019	EL ESTUDIANTE REALIZA LAS MODIFICACIONES INDICADAS Y AMPLIA LA OBSERVACION.	PROCESADO
7	184612	2018-12-12	2018-12-12 18:00:00	ANALISIS DE INVOLUCRADOS / MAPA DE INVOLUCRADOS /	2018-12-12 19:00:00	1.00	MAR 2019	EL ESTUDIANTE REALIZA LAS MODIFICACIONES INDICADAS Y AMPLIA LA OBSERVACION.	PROCESADO
8	184644	2018-12-15	2018-12-15 18:00:00	ANALISIS DE INVOLUCRADOS / MAPA DE INVOLUCRADOS	2018-12-15 21:56:00	3.93	MAR 2019	EL ESTUDIANTE REALIZA LAS MODIFICACIONES INDICADAS Y AMPLIA LA OBSERVACION.	PROCESADO
9	184651	2018-12-19	2018-12-19 18:02:00	ANALISIS DE INVOLUCRADOS / MAPA DE INVOLUCRADOS	2018-12-19 20:02:00	2.00	MAR 2019	EL ESTUDIANTE REALIZA LAS MODIFICACIONES INDICADAS Y AMPLIA LA OBSERVACION.	PROCESADO
10	184643	2018-12-12	2018-12-12 18:00:00	ANALISIS DE INVOLUCRADOS / MAPA DE INVOLUCRADOS	2018-12-12 19:00:00	1.00	MAR 2019	EL ESTUDIANTE REALIZA LAS MODIFICACIONES INDICADAS Y AMPLIA LA OBSERVACION.	PROCESADO
11	163117	2018-12-15	2018-12-15 08:00:00	ANALISIS DE INVOLUCRADOS / MAPA DE INVOLUCRADOS	2018-12-15 19:00:00	11.00	MAR 2019	EL ESTUDIANTE REALIZA LAS MODIFICACIONES INDICADAS Y AMPLIA LA OBSERVACION.	PROCESADO
12	184648	2018-12-12	2018-12-12 18:59:00	PROBLEMAS Y OBJETIVOS / ARBOL DE PROBLEMAS	2018-12-12 19:59:00	1.00	MAR 2019	EL ESTUDIANTE REALIZA LAS MODIFICACIONES INDICADAS Y AMPLIA LA OBSERVACION.	PROCESADO
13	163116	2018-12-16	2018-12-16 08:00:00	PROBLEMAS Y OBJETIVOS / ARBOL DE PROBLEMAS	2018-12-16 19:00:00	11.00	MAR 2019	EL ESTUDIANTE REALIZA LAS MODIFICACIONES INDICADAS Y AMPLIA LA OBSERVACION.	PROCESADO
14	163118	2018-12-19	2018-12-19 18:00:00	PROBLEMAS Y OBJETIVOS / ARBOL DE PROBLEMAS	2018-12-19 19:00:00	1.00	MAR 2019	EL ESTUDIANTE REALIZA LAS MODIFICACIONES INDICADAS Y AMPLIA LA OBSERVACION.	PROCESADO
15	163119	2018-12-23	2018-12-23 08:00:00	PROBLEMAS Y OBJETIVOS / ARBOL DE PROBLEMAS	2018-12-23 19:00:00	11.00	MAR 2019	EL ESTUDIANTE REALIZA LAS MODIFICACIONES INDICADAS Y AMPLIA LA OBSERVACION.	PROCESADO
16	184674	2019-01-09	2019-01-09 18:21:00	ANALISIS DE OBJETIVOS / MATRIZ DE ANALISIS DE ALTERNATIVAS	2019-01-09 20:21:00	2.00	MAR 2019	EL ESTUDIANTE REALIZA LAS MODIFICACIONES INDICADAS Y AMPLIA LA OBSERVACION.	PROCESADO
17	163121	2018-12-23	2018-12-23 08:00:00	ANALISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE ANALISIS DE ALTERNATIVAS	2018-12-23 19:00:00	11.00	MAR 2019	EL ESTUDIANTE REALIZA LAS MODIFICACIONES INDICADAS Y AMPLIA LA OBSERVACION.	PROCESADO
18	184663	2018-12-19	2018-12-19 18:13:00	MATRIZ DE ANALISIS DE IMPACTO DE LOS OBJETIVOS	2018-12-19 20:13:00	2.00	MAR 2019	EL ESTUDIANTE REALIZA LAS MODIFICACIONES INDICADAS Y AMPLIA LA OBSERVACION.	PROCESADO
19	163123	2018-12-29	2018-12-29 08:00:00	MATRIZ DE ANALISIS DE IMPACTO DE LOS OBJETIVOS	2018-12-29 19:00:00	11.00	MAR 2019	EL ESTUDIANTE REALIZA LAS MODIFICACIONES INDICADAS Y AMPLIA LA OBSERVACION.	PROCESADO
20	184672	2019-01-09	2019-01-09 18:19:00	ANALISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE ANALISIS DE ALTERNATIVAS	2019-01-09 19:00:00	2.00	MAR 2019	EL ESTUDIANTE REALIZA LAS MODIFICACIONES INDICADAS Y AMPLIA LA OBSERVACION.	PROCESADO
21	163125	2018-12-29	2018-12-29 08:00:00	ANALISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE ANALISIS DE ALTERNATIVAS	2018-12-29 19:00:00	11.00	MAR 2019	EL ESTUDIANTE REALIZA LAS MODIFICACIONES INDICADAS Y AMPLIA LA OBSERVACION.	PROCESADO
22	163127	2019-01-09	2019-01-09 18:00:00	DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS / MATRIZ DE MARCO LOGICO	2019-01-09 19:00:00	1.00	MAR 2019	EL ESTUDIANTE REALIZA LAS MODIFICACIONES INDICADAS Y AMPLIA LA OBSERVACION.	PROCESADO
23	163129	2019-01-12	2019-01-12 08:00:00	MATRIZ DE MARCO LOGICO / MATRIZ DE MARCO LOGICO	2019-01-12 19:00:00	11.00	MAR 2019	EL ESTUDIANTE REALIZA LAS MODIFICACIONES INDICADAS Y AMPLIA LA OBSERVACION.	PROCESADO
24	163131	2019-01-16	2019-01-16 18:00:00	PROPUESTA / ANTECEDENTES (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA)	2019-01-16 19:00:00	1.00	MAR 2019	EL ESTUDIANTE REALIZA LAS MODIFICACIONES INDICADAS Y AMPLIA LA OBSERVACION.	PROCESADO
25	163135	2019-01-19	2019-01-19 08:00:00	PROPUESTA / ANTECEDENTES (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA)	2019-01-19 19:00:00	11.00	MAR 2019	EL ESTUDIANTE REALIZA LAS MODIFICACIONES INDICADAS Y AMPLIA LA OBSERVACION.	PROCESADO

ELABORACION DE UNA REVISTA IMPRESA SOBRE LOS DIFERENTES ATRACTIVOS TURISTICOS QUE POSEE LA PARROQUIA DE TUMBACO, PARA INCREMENTAR EL CONOCIMIENTO DE LOS TURISTAS NACIONALES SOBRE LOS ENCANTOS NATURALES DE LA PARROQUIA

26	16317	2019-01-23	INSITU	2019-01-23 18:00:00	PROPUESTA / DESCRIPCION DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA	2019-01-23 19:00:00	1.00	REVISIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE	PROCESADO
27	163140	2019-01-26	AUTONOMIA	2019-01-26 08:00:00	PROPUESTA / DESCRIPCION DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION	2019-01-26 19:00:00	11.00	TRABAJO DEL ESTUDIANTE	PROCESADO
28	163146	2019-02-02	AUTONOMIA	2019-02-02 08:00:00	PROCESO DE APLICACION DE LA PROPUESTA	2019-02-02 19:00:00	11.00	TRABAJO DEL ESTUDIANTE	PROCESADO
29	163151	2019-02-06	INSITU	2019-02-06 18:00:00	PROPUESTA / FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACION DE LA PROPUESTA	2019-02-06 19:00:00	1.00	NO PRESENTA	PROCESADO
30	163162	2019-01-30	INSITU	2019-01-30 18:00:00	PROPUESTA / FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACION DE LA PROPUESTA	2019-01-30 20:00:00	2.00	TRABAJO INCOMPLETO. RECOMENDAN CAMBIO	PROCESADO
31	163155	2019-02-13	INSITU	2019-02-13 18:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / RECURSOS	2019-02-13 19:00:00	1.00	NO PRESENTA	PROCESADO
32	163157	2019-02-16	AUTONOMIA	2019-02-16 08:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / RECURSOS	2019-02-16 19:00:00	11.00	TRABAJO DEL ESTUDIANTE	PROCESADO
33	163159	2019-02-20	INSITU	2019-02-20 18:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / RECURSOS	2019-02-20 20:00:00	2.00	PRESENTA TRABAJO INCOMPLETO	PROCESADO
34	163168	2019-02-23	AUTONOMIA	2019-02-23 08:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / PRESUPUESTO	2019-02-23 19:00:00	11.00	TRABAJO DEL ESTUDIANTE	PROCESADO
35	163170	2019-02-27	INSITU	2019-02-27 18:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / PRESUPUESTO	2019-02-27 20:00:00	2.00	TRABAJO INCOMPLETO. NO ESTA TERMINADO	PROCESADO
36	163173	2019-03-06	INSITU	2019-03-06 18:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / PRESUPUESTO	2019-03-06 19:00:00	1.00	NO PRESENTA	PROCESADO
37	163179	2019-03-09	AUTONOMIA	2019-03-09 08:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / PRESUPUESTO	2019-03-09 19:00:00	11.00	TRABAJO DEL ESTUDIANTE	PROCESADO
38	163182	2019-03-13	INSITU	2019-03-13 18:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / CONOCORAMA	2019-03-13 19:00:00	1.00	TRABAJO INCOMPLETO. ORIENTA MODIFICAR Y COMPLETAR	PROCESADO
39	163184	2019-03-20	INSITU	2019-03-20 18:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	2019-03-20 19:00:00	1.00	TRABAJO DEL ESTUDIANTE	PROCESADO
40	163187	2019-03-23	AUTONOMIA	2019-03-23 08:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	2019-03-23 19:00:00	11.00	TRABAJO DEL ESTUDIANTE	PROCESADO
41	163193	2019-03-27	INSITU	2019-03-27 18:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / RECOMENDACIONES	2019-03-27 18:17:00	0.28	NO PRESENTA	PROCESADO
42	163194	2019-03-30	AUTONOMIA	2019-03-30 08:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	2019-03-30 19:00:00	11.00	TRABAJO DEL ESTUDIANTE	PROCESADO
43	163195	2019-04-06	AUTONOMIA	2019-04-06 08:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / RECOMENDACIONES	2019-04-06 16:03:00	8.05	TRABAJO ESTUDIANTE	PROCESADO
<b>TOTAL HORAS:</b>							<b>239.99</b>		
		CRUZMACHADO ANAYA TUTOR CEL:1585404933		PISINA TUZA TORREIVAN TUTOR CEL:17794888				ANDRADE PUEBLES CAJUELO CALDERA TUTOR CEL:1715965074	

ELABORACIÓN DE UNA REVISTA IMPRESA SOBRE LOS DIFERENTES ATRACTIVOS TURÍSTICOS QUE POSEE LA PARROQUIA DE TUMBACO, PARA INCREMENTAR EL CONOCIMIENTO DE LOS TURISTAS NACIONALES SOBRE LOS ENCANTOS NATURALES DE LA PARROQUIA

Anexo 3 Orden de empastado



**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA**

**DISEÑO GRÁFICO**

**ORDEN DE EMPASTADO**

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) **PISUÑA TUZA JORGE IVÁN**, portador de la cédula de identidad N° 1717794588, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 04 Junio del 2019  
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"

29 MAY 2019  
María Balseca  
**VISTO FINANCIERO**  
Sra. Mariela Balseca  
CAJA

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"  
CONSEJO DE CARRERA

Ing. Raquel Andrade  
DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN

BIBLIOTECA  
CORDILLERA

Ing. William Parra  
BIBLIOTECA

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"  
29 MAY 2019  
No. 185  
COORDINACIÓN PRÁCTICAS

Ing. Samira Villalba  
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES  
"CORDILLERA"  
DIRECCIÓN DE CARRERA

Ing. Lizeth Guerrero  
DIRECTOR DE CARRERA

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"  
31 MAY 2019  
Lucía Valencia

Tgla. Samantha Prado  
SECRETARIA ACADÉMICA