INSTITUTO TECNOLOGICO
"CORDILLERA"

ESCUELA DE DISEÑO GRAFICO

CREACIÓN DE UN FOTOLIBRO ENFOCADO AL TURISMO DANDO A CONOCER LA GASTRONOMIA DE LA CIUDAD DE CUENCA.

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE

TECNÓLOGO EN DISEÑO GRÁFICO

AUTOR: GONZÁLEZ RIVAS MELISSA AZUCENA

TUTOR: ING. LIZETH GUERRERO

QUITO, NOVIEMBRE 2014

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

Yo, Melissa Azucena González Rivas, declaro que soy la única autora del proyecto titulado "Creación de un fotolibro enfocado al Turismo dando a conocer la gastronomía de la Ciudad de Cuenca".

Certificando que los contenidos y criterios vertidos en el presente, así como los métodos y procedimientos utilizados en la información son de mi exclusiva responsabilidad.

_____

Melissa Azucena González Rivas

Autor del Proyecto

C.I. 172352443-3

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

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

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de Diseño Gráfico que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Diseño Gráfico, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado " Creación de un fotolibro enfocado al turismo dando a conocer la Gastronomía de la Ciudad de Cuenca" , el cual incluye la creación y desarrollo del fotolibro, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. **b)** Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación del programa de ordenador, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

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

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

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

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

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

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

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

En aceptación firman a los catorce días del mes de Noviembre del dos mil catorce.

f) _____
Melissa Azucena González Rivas
C.C. Nº: 1723524433
CEDENTE

f) _____
Instituto Tecnológico Superior Cordillera
CESIONARIO

Agradecimiento

En primer lugar agradezco a Dios que me brindo paciencia, sabiduría, salud y vida para poder culminar con este trabajo y con las metas propuestas alrededor de mi vida estudiantil.

Al Instituto Tecnológico Superior Cordillera prestigiosa Institución de la cual estoy a punto de culminar mi carrera como Tecnóloga en la Escuela de Diseño Gráfico, a mis profesores que de igual manera con paciencia y sabiduría supieron transmitir sus conocimientos y experiencia y de esta manera realizarme como una persona de bien, logrando poner en práctica los conocimientos adquiridos en mi vida Laboral.

A mi Tutora Ing. Lizeth Guerrero, Directora de la Carrera de Diseño Gráfico, que supo transmitir sus ideas, inculcando sus conocimientos con paciencia ayudándome en todo momento.

A las personas que colaboraron conmigo al momento de realizar las fotografías.

Dedicatoria

Este proyecto está dedicado a mis padres Melecio y Esthela, Gracias a ellos que me han motivado y apoyado a lo largo de mi vida y mi formación académica ya que creyeron en mí y mis habilidades en todo momento, esperando no defraudarlos nunca.

A mis hermanos quienes también a lo largo de mi trayectoria estudiantil me animaron en todo momento, y así poder llegar hasta este momento tan importante y lleno de felicidad en mi vida.

Índice General

Capítulo I 14
1. Antecedentes 14
1.1. Contexto 14
1.2. Justificación 16
1.3. Definición del Problema Central (Matriz T) 18
Capítulo II 19
2. Análisis de Involucrados 19
2.1. Mapeo de los Involucrados 20
2.2. Matriz de análisis y selección con los involucrados 21
Capítulo III 22
3. Problemas y Objetivos 22
3.1. Árbol de Problemas 22
3.2. Árbol de Objetivos 23
Capítulo IV 24
3. Análisis de alternativas 24
4.1. Matriz de análisis de alternativa e identificación de acciones 24
..... 24
4.1.1. Tamaño del proyecto 25
4.1.2. Localización del proyecto 26
4.1.3. Análisis ambiental 28
4.2. Matriz de análisis de impacto de los objetivos 29
4.3. Diagrama de estrategias 30
4.4.2. Selección de indicadores 34
4.4.3. Medios de Verificación 37

4.4.4. Supuestos 40
4.4.5. Matriz Marco Lógico (MML) 43
Capítulo V 46
5. Propuesta 46
5.3 Formulación de Proceso de aplicación 47
5.3.1. Planificación 47
5.3.1.1. Propósito 47
5.3.1.2. Usuario 48
5.3.1.3. Herramientas 48
5.3.1.4. Desarrollo 50
5.3.1.5. Contenido 53
5.3.2. Diseño de Interfaz 53
5.3.2.1. Imagen Corporativa 55
5.3.1. Imágenes 58
5.3.2. Marketing y difusión 60
CAPÍTULO VI ..... **¡Error! Marcador no definido.**
6. Aspectos Administrativos 61
6.1 Recursos 61
6.1.1 Humanos 61
6.1.2 Tecnológicos 61
6.1.3 Presupuesto 61
Descripción 62
Valor 62
Financiamiento 62
Transporte Quito Cuenca 62
$ 12,50 62
Propio 62

Transporte Cuenca 62
25,00 62
Propio 62
Alimentación 62
30,00 62
Propio 62
Transporte Cuenca Quito 62
12, 50 62
Propio 62
6.2.2. Aplicación del Proyecto 62
6.3 Cronograma 63
Capitulo VII 63
Bibliografía 66
Anexos 66

Índice de Tablas

Tabla 1: análisis de fuerzas T 18
Tabla 2: matriz de análisis y selección con los involucrados 21
Tabla 3: Segmentación grupo objetivo ..... **¡Error! Marcador no definido.**
Tabla 4: ubicación estratégica 28
Tabla 5: matriz de análisis de impacto de los objetivos ..... **¡Error! Marcador no definido.**
Tabla 6: revisión de los criterios para los indicadores (fines) ..... **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 7: revisión de los criterios para los indicadores (propósito) 32
Tabla 8: revisión de los criterios para los indicadores (componentes) 32
Tabla 9: revisión de los criterios para los indicadores (acciones) 33
Tabla 10: selección de indicadores (fines) 34
Tabla 11: selección de indicadores (propósito) 35
Tabla 12: selección de indicadores (componentes) 35
Tabla 13: selección de indicadores (acciones) 36
Tabla 14: medios de verificación (fines) 37
Tabla 15: medios de verificación (propósito) 38
Tabla 16: medios de verificación (componentes) 38
Tabla 17: medios de verificación (acciones) 39
Tabla 18: supuestos (fines) 40
Tabla 19: supuestos (propósito) 41
Tabla 20: supuestos (componentes) 41
Tabla 21: supuestos (acciones) 42
Tabla 22: matriz marco lógico 43
Tabla 23: grupo objetivo 48
Tabla 31: fotografías por el autor del proyecto 595
Tabla 34: aplicación del proyecto 66
Tabla 35: Cronograma 63

Índice de Figuras

Figura 1: mapa de involucrados 20

Figura 2: árbol de problemas 22

Figura 3: árbol de objetivos 23

Figura 4: matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones 24

Figura 6: localización del proyecto 27

Figura 7: localización del proyecto 30

Figura 8: diagrama de estrategias ..... **¡Error! Marcador no definido.**

Resumen Ejecutivo

Cuenca una de las Ciudades con más atractivo turístico, encontramos fotolibros donde se muestra su belleza arquitectónica, no obstante son muy pocos los fotolibros que indican sus tradiciones como por ejemplo su Gastronomía.

El propósito del fotolibro "Cuenca Sabores de mi tierra" tiene como propósito fomentar el ingreso de turistas a la Ciudad en los lugares donde se expende comida típica como es el Mercado el Arenal y la Av. Don Bosco, poniendo en práctica el cambio de Matriz Productiva que se está generando en nuestro País.

Cuenca posee de una exquisita gastronomía entre estos platos típicos encontramos el tradicional motepillo, las cascaritas de cerdo, humitas, cuy con papas, fritada, el delicioso sancocho, las carnes secas con motes, todos estos platos como tradición al igual que los dulces de corpus.

Razón por la cual los propietarios de los negocios quieren dar a conocer los exquisitos platos que se preparan como símbolo de cultura de la Ciudad y dando a conocer por medio de fotografías que llamen la atención de los turistas y consumidores diarios, informando y mostrando calidad en cada una de sus especialidades.

Tiene como propósito llegar a la mente del consumidor final en este caso los turistas, y personas que quieran degustar de esta deliciosa tradición con el fin de promover el turismo y la demanda en la venta de platos típicos.

Abstract

Cuenca one of the most touristic cities, found its architectural beauty photo books where shown, however very few photo books indicating their traditions such as its gastronomy.

The purpose of the photo book "Sabores de mi Tierra Cuenca" aims to encourage the entry of tourists to the city in places where traditional food such as the Arenal Market and is sold. Don Bosco Avenue, implementing change Matrix production is being generated in our country.

Cuenca has exquisite cuisine from these typical dishes are the traditional motepillo , the pork rinds , tamales , guinea pig with potatoes , fry, delicious stew , dried meats motes , all these traditional dishes such as sweets corpus .

Why business owners want to present the exquisite dishes prepared culture as a symbol of the city and raising awareness through photographs that grab the attention of tourists and everyday consumers, informing and showing quality each of their specialties.

Its purpose is to reach the mind of the consumer in this case tourists and people who want to taste this delicious tradition in order to promote tourism and demand in selling dishes.

Introducción

El presente proyecto se redacta con carácter de Trabajo Profesional de fin de Carrera, para la obtención del Título de Tecnólogo en Diseño Gráfico, cumpliendo con los requisitos necesarios para la "Creación de un fotolibro enfocado al turismo dando a conocer la Gastronomía de la Ciudad de Cuenca".

Tomando la iniciativa de fomentar el turismo en la Ciudad de Cuenca no solo por su atractivo Arquitectónico si no con un enfoque más amplio en lo que a Gastronomía se refiere.

Cuenca una Ciudad situada al Centro Sur del Ecuador, ubicada en una planicie de la Cordillera de los Andes, con 712.127 habitantes, cuenta con un gran ingreso de turistas Nacionales así como Extranjeros, quienes visitan esta Ciudad aseguran que es uno más de los hermosos atractivos Turísticos que el Ecuador ofrece.

A continuación se presenta el desarrollo del fotolibro Gastronómico con datos y características que han sido obtenidos por los dueños de los locales de venta de comida típica de la Ciudad de Cuenca y así poder marcar las directrices para la materialización del proyecto a realizar.

Capítulo I

1. Antecedentes

1.1. Contexto

Santa Ana de los 4 ríos de Cuenca es una Ciudad ubicada al Centro Sur del Ecuador, su Provincia es Azuay, declarado como Patrimonio Cultural de Humanidad por la UNESCO el 1° de Enero de 1999, lleva por sobrenombre Atenas del Ecuador por su Arquitectura que es majestuosa permitiendo que sea una de las Ciudades más visitadas y con mayor atractivo Turístico.

Su nombre es dado por 4 ríos que pasan por la Ciudad que son: Tomebamba, Yanuncay, Machangara y Tarqui.

El atractivo turístico más visitado en la Ciudad es la Basílica de la Inmaculada Concepción ubicada en el Parque Central Abdón Calderón, también nombrada como Patrimonio Cultural por su majestuosa Arquitectura.

La Gastronomía es otro de los atractivos turísticos ya que podemos disfrutar de exquisitos platos típicos que podemos encontrar en Restaurantes hasta en los Mercados, los

principales platos típicos son: Motepillo, Cascaritas, Cuy con Papas, Tortillas de Maíz con Morocho, Sancocho, Fritada, Motepata, entre otros.

Estos Platos los podemos encontrar en los mercados principalmente en el mercado 3 de Noviembre que cuenta con un exclusivo patio de comidas típicas de la Ciudad.

Cuenca es una de las Ciudades donde ha disminuido la población ya que mucha gente ha salido a otras Ciudades o al Extranjero con el fin de mejorar su Economía.

El Personaje típico de la Ciudad es la Chola Cuencana la cual se caracteriza por lavar ropa en los ríos mencionados, y por trabajar en Agricultura, en la actualidad esta tradición de encontrar a estas mujeres vestidas de pollera con sombrero y trenzas en el cabello se la está perdiendo.

Cuna de personajes Ilustres como Benigno Malo, Enrique Arízaga Toral, Abdón Calderón, Antonio Borrero, Remigio Crespo Toral, en honor a ellos se han creado Centros de Estudio, uno de ellos es el colegio Benigno Malo que fue el primero colegio fundado en la Ciudad y también Patrimonio Cultural.

Entre sus fiestas tradicionales podemos encontrar el Corpus Christi que se realiza en el mes de Junio en estas fiestas son tradicionales los dulces de Corpus los cuales se exhiben y se los puede degustar en el Parque Central Abdón Calderón junto a la Catedral de la Inmaculada Concepción.

Otra de sus festividades en la Independencia de Cuenca que es el 3 de Noviembre aquí también en los mercados se puede encontrar a mucha gente degustando de los famosos platos típicos, uno de ellos con más acogida por Turistas Nacionales y Extranjeros es las Cascaritas que es la Piel del Cerdo que tiene un exquisito sabor y es servida con mote papas, sancocho y tostado.

1.2. Justificación

La Ciudad de Cuenca es una de las más visitadas dentro del Ecuador, se caracteriza por ser una de las Ciudades destino turístico de Sudamérica, su gastronomía es exquisita simplemente es un punto relevante de cultura e identidad de la Ciudad, se la puede encontrar en diferentes sitios que han sido creados con el fin de llamar la atención de los Turistas, los lugares en donde se puede encontrar estos platillos son: San Joaquín que es uno de los barrios con más historia en la Ciudad ya que a lo largo de la calle principal podemos apreciar varios puestos de comida donde se puede encontrar las carnes secas servidas con mote, Av. Don Bosco y en los Mercados 3 de Noviembre y el Arenal que cuentan con un gran patio de comidas típicas de la región y son uno de los puntos donde mucha gente va a degustar de los mismos.

La Av. Don Bosco es una de las calles más reconocidas en la Ciudad, ya que aquí se encuentran locales de venta de comida típica como son el Cuy, Las Morcillas, Fritada, Sancocho, Choclos con Queso y Habas, El tradicional hornado cuencano y las Cascaritas

los cuales tienen un gran sabor en su sazón y que son preparados higiénicamente para el gusto del consumidor.

El propósito del fotolibro es incentivar el ingreso de turistas a los lugares mencionados para que conozcan más acerca de la Gastronomía de igual manera motivar a las personas que preparan estos alimento a ver si existe algún falencia o las virtudes que poseen al momento de servir sus productos a los clientes, mejorando su calidad, asepsia y su servicio para que puedan ser recomendados y puedan mejorar sus ingresos económicos familiares.

Definición del Problema Central (Matriz T)

Tabla 1: análisis de fuerzas T

ANÁLISIS DE FUERZAS T					
Situación Empeorada	**Situación Actual**				**Situación Mejorada**
No llegar a la mente del consumidor mediante un fotolibro	Desconocimiento por parte de Turistas Nacionales y Extranjeros de la comida típica de la Ciudad de Cuenca				Posicionamiento de la Gastronomia de la Ciudad de Cuenca mediante un fotolibro.
Fuerzas Impulsadoras	**I**	**PC**	**I**	**PC**	**Fuerzas Bloqueadoras**
Mejorar la calidad y preparación de los alimentos	4	4	4	4	Bajos ingresos economicos impiden adquirir productos de calidad
Precios comodos para los clientes	4	4	3	3	Precios Elevados considerando en ingreso de turistas a la Ciudad
Realizar convenios con el Municipio y poder realizar ferias Gastronomicas	4	4	3	3	Desinteres por parte de las Autoridades para realizar actividades de apoyo a los negociantes de comida típica
Atención al cliente personalizada	4	5	4	4	Personal no capacitado
Realizar capaitaciones al personal constantemente	4	4	5	5	Bajos ingresos Economicos
Dar a conocer la calidad de los productos con los que se preparan los platos típicos	4	4	5	5	Inseguridad de los clientes por no saber como y con que preparan los alimentos

Fuente: autor del proyecto

Escala: 1 = Bajo, 2 = Medio Bajo, 3 = Medio, 4 = Medio Alto, 5 = Alto.

Capítulo II

2. Análisis de Involucrados

Para que el proyecto obtenga buenos resultados es necesario involucrar a un cierto grupo de personas que quieran mejorar su calidad de vida y sus ingresos económicos.

Los principales involucrados son los propietarios de los locales de venta de comida típica quienes también son los principales interesados en que el proyecto sea factible, además se encuentran los familiares quienes quieren mejorar su calidad de vida con ingresos económicos mayores a los que han obtenido en el transcurso del tiempo.

Los empleados también forman parte de los involucrados ya que son los encargados de ofrecer un buen trato a los clientes y de preparar los alimentos en un estricto control de calidad.

Los proveedores quienes tienen la tarea de abastecer a los locales de comida con alimentos de calidad, bajo un estricto control de calidad y así ganar la confianza de los clientes que consumen a diario en los locales de comida típica.

Los Clientes Nacionales y Extranjeros son el pilar fundamental en el desarrollo del proyecto, de esta manera los locales de comida típica serán reconocidos, ya que los clientes además de probar algo de calidad se sentirán en un ambiente agradable asegurando su fidelidad y recomendación a futuros clientes.

2.1. Mapeo de los Involucrados

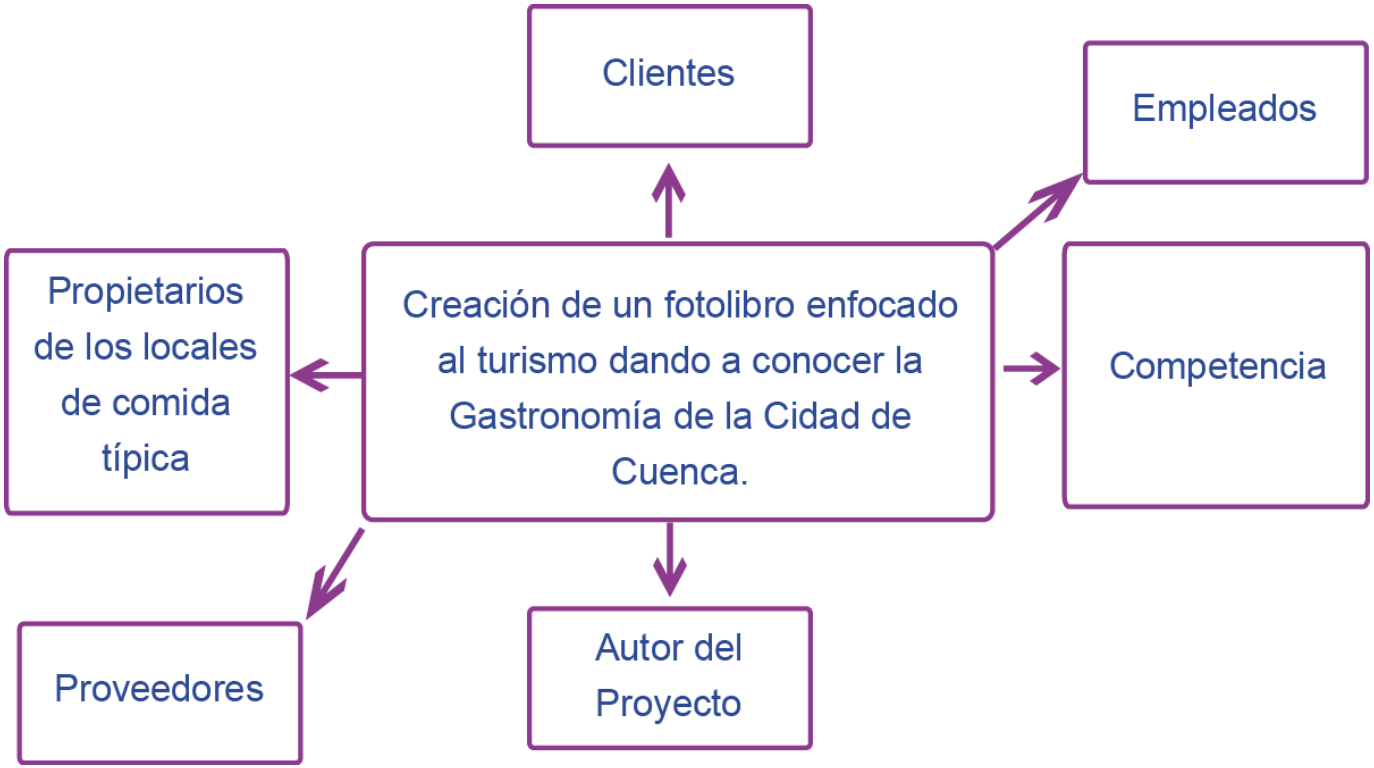


Figura 1: mapa de involucrados

2.2. Matriz de análisis y selección con los involucrados

Tabla 2: matriz de análisis y selección con los involucrados

Autores Involucrados	Interés sobre el Problema	Problemas Percibidos	Recursos, Mandatos Capacidades	Interés sobre el Proyecto	Conflictos Potenciales
Propietario Familia	Informar y dar a conocer el menú que ofrece	Las Personas desconocen el Menú o los Platos que ofrecen	Económico Infraestructura	Generar mejores ingresos Economicos en sus hogares y promover el turismo	Necesidad de crear un medio digital o físico que sea atractivo y poder dar a conocer sus servicios
Autor del Proyecto	Apoyar mediante un medio impreso el ingreso de Visitantes a los lugares de venta de comida	Carencia de medios impresos los cuales pueden ser controversiales para el autor del proyecto	Económico Social Tecnológico	Aportar con los conocimientos adquiridos en el transcuso de su carrera y poder conseguir el titulo de Tecnológo	El no poder llegar a la mente del consumidor
Empleados	Mayor Interés de que el negocio sea de alto empredimiento y tener mejores ingresos económicos	El Personal no es capacitado	Económico Social Humano	Capacitarse para dar un mejor trato y satisfacer las necesidades de los clientes	El propietario no toma en cuenta la necesidad de capacitar a su personal
Proveedores	Mejorar la calidad de los Productos que entregan a las personas que preparan los alimentos	Desinterés por parte de los proveedores por entregar productos de calidad	Económico Social Humano	Planear estrategias para mejorar la calidad de sus productos y poder ser reconocido por su marca	El no contar con los recursos económicos necesarios para mejorar la calidad de sus productos
Clientes	Conocer los Productos que ofrecen mediante un medio impreso	Desconocimiento del medio de información que existe para conocer los platos tipicos que ofrecen	Económico Social	Poder degustar de un plato de calidad y poder recomendar a sus amigos o conocidos promoviendo el ingreso y la clientela fija del local	La competencia puede mejorar la calidad de los platillos y atraer la atención del cliente
Competencia	Mayor experiencia y realizar alguna campaña para dar a conocer lo que ofrecen	Algunos locales tienen mayor atractivo de clientes alguno ya fijos	Económico Social Humano Competitivo	Mejorar la calidad, bajar los preciosy dejar a los démas locales con poca clientela	Adquirir productos de baja calidad y de dudosa procedencia para ahorrar dinero

Fuente: autor del proyecto

Capítulo III

3. Problemas y Objetivos

3.1. Árbol de Problemas

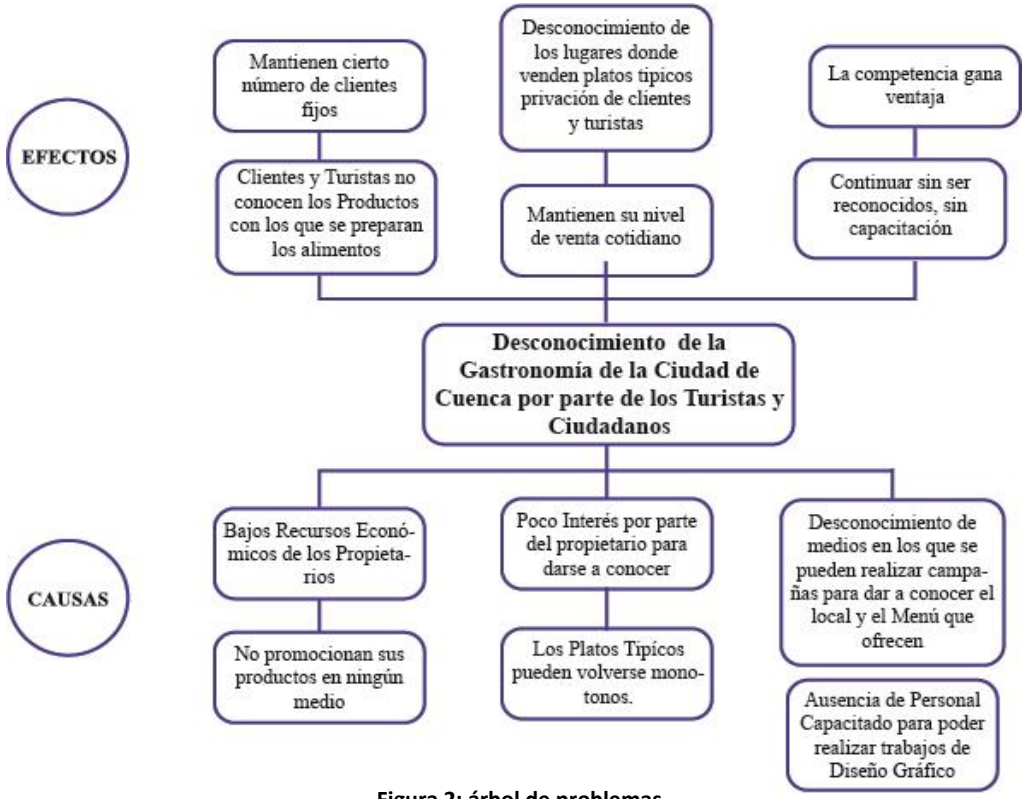


Figura 2: árbol de problemas

3.2. Árbol de Objetivos

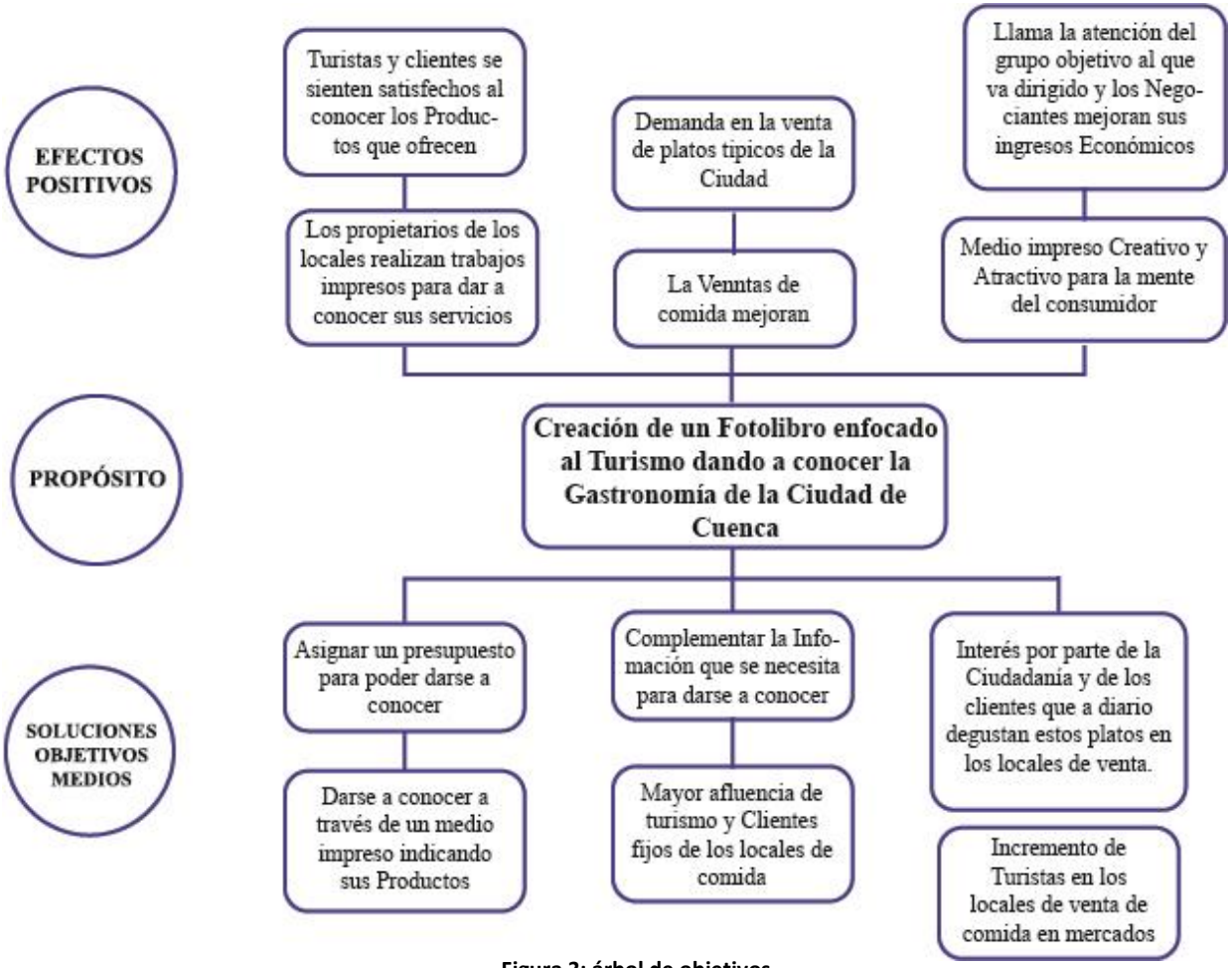


Figura 3: árbol de objetivos

Capítulo IV

3. Análisis de alternativas

4.1. Matriz de análisis de alternativa e identificación de acciones

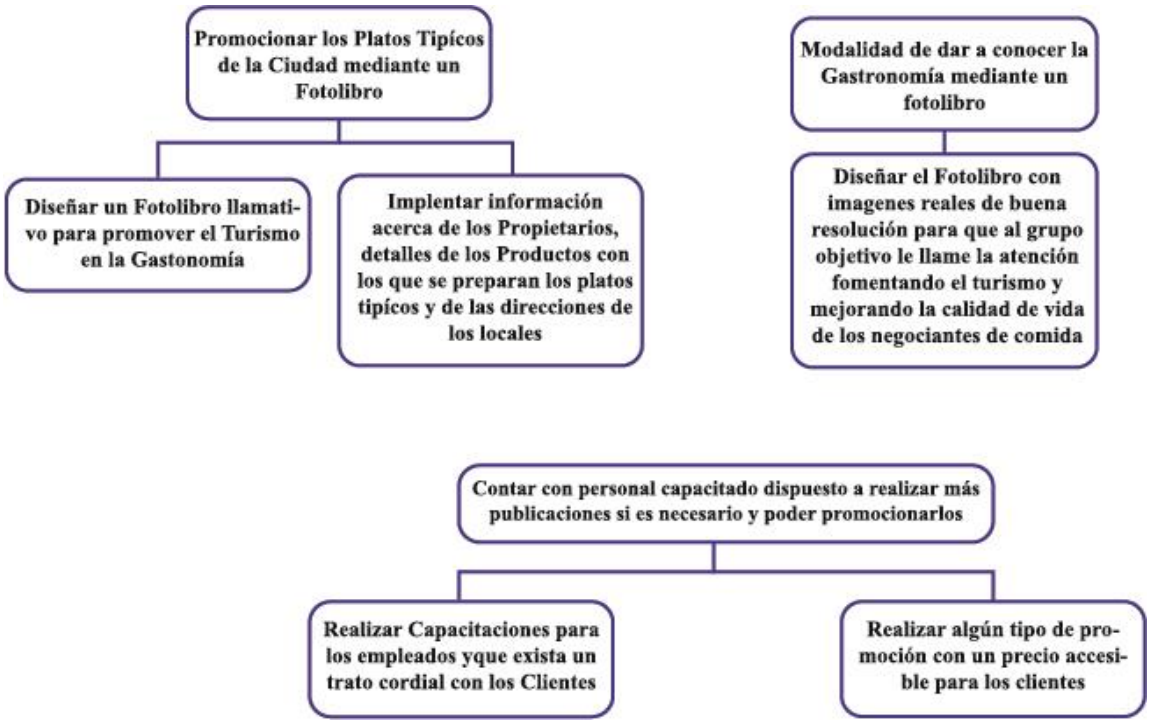


Figura 4: matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones

4.1.1. Tamaño del proyecto

La Gastronomía de la Ciudad de Cuenca es una tradición esta se la puede encontrar en muchos lugares como restaurantes hasta en los mercados, a los turistas tanto Nacionales como Extranjeros les llama mucho la atención de probar estos diferentes platos típicos.

La Gastronomía es una de las mayores fuentes de ingreso económico en nuestro país ya que hay mucha gente que consume lo que otros producen, tal es el caso de los negociantes de comida típica de la Ciudad de Cuenca siendo una base de desarrollo social para muchas familias ya que con esto mejoran sus ingresos Económicos.

El Proyecto está enfocado a un grupo objetivo entre los 18 a 65 años en especial a los Turistas que visitan la Ciudad, los cuales al momento de Visitar la Ciudad pueden degustar de estas ricas tradiciones que la Ciudad ofrece, así también de los Productos que utilizan para la elaboración de los mismos.

De esta manera podemos seguir fomentando la Gastronomía como un símbolo más de atractivo Turístico y las Ventas de los Negociantes y los ingresos Económicos para su familia.

4.01.02 Localización del Proyecto

La Localización del Proyecto es en la Ciudad de Cuenca Provincia de Azuay se la realizara en diferentes sitios donde podemos encontrar locales donde hay ventas de comida típica de la región así tenemos la Av. Don Bosco y el Tradicional Mercado "El Arenal" o más

conocido como la Feria Libre, el cual es uno de los mercados con más atractivo de gente ya que está ubicado en la Av. De las Américas que es una de las más transitadas, y a unos 5 minutos de aquí queda la Av. Don Bosco.

Esta Av. Es una de las más conocidas tanto por su nombre y por qué al recorrerla podemos encontrar varios lugares de venta de comida típica

4.01.03 Análisis Ambiental

El Impacto Ambiental del Proyecto a ejecutar es máxima ya que para este se utilizara papel y tintas para la impresión del fotolibro, se considera que las tintas son toxicas y las pastas que cubrirán el fotolibro son duras, pero el lado positivo que tendrá este proyecto es el de reciclar ya que si ya no llegara a ser de agrado del cliente puede proceder a reciclarlo o a su vez este puede ser coleccionable, con el cual estamos contribuyendo a disminuir el impacto Ambiental y cuidado del mismo.

4.1.2. Localización del proyecto

La implementación del proyecto de la realiza en la Ciudad de Cuenca en una de las Avenidas más transitadas como es la Av. Don Bosco aquí podemos encontrar la picantería "Las tres Marías" que es una de las más visitadas ya que ofrece varios platos típicos de la Ciudad.

Dirección: Bartolomé de Ruiz y Av. Don Bosco.

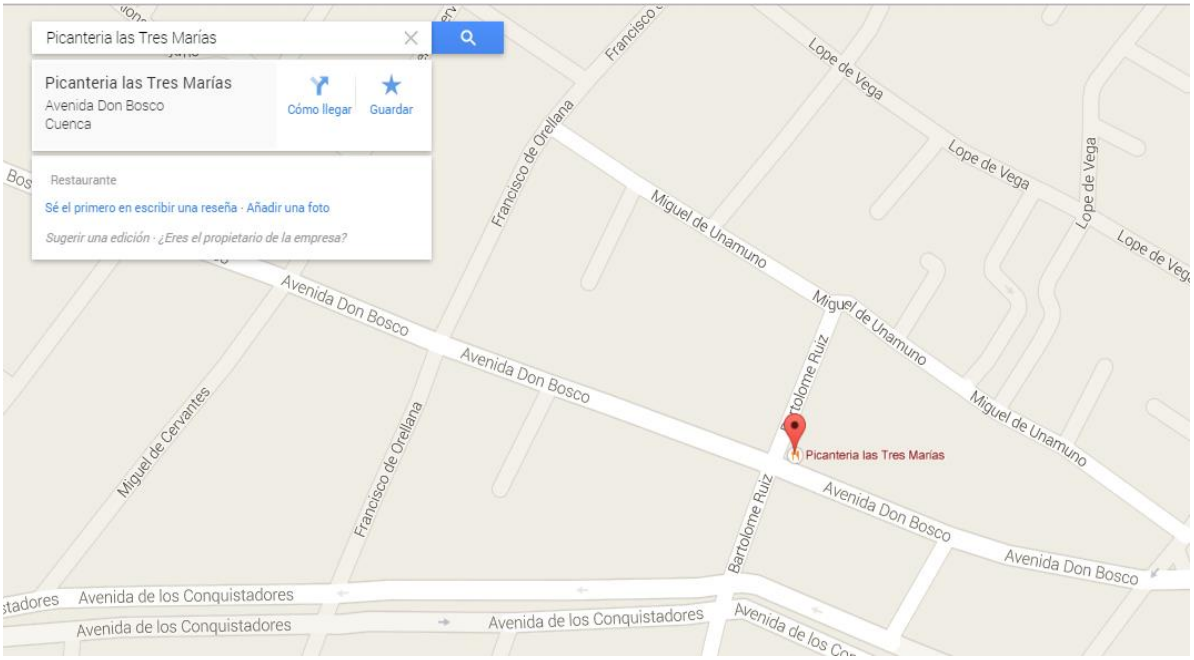


Figura 5: localización del proyecto

Así también encontramos el Mercado "El Arenal" ubicado en la Av. De las Américas otra de las más transitadas y uno de los mercados con mayor afluencia de gente.

Dirección: Roberto Crespo Ordoñez y Av. De las Américas.

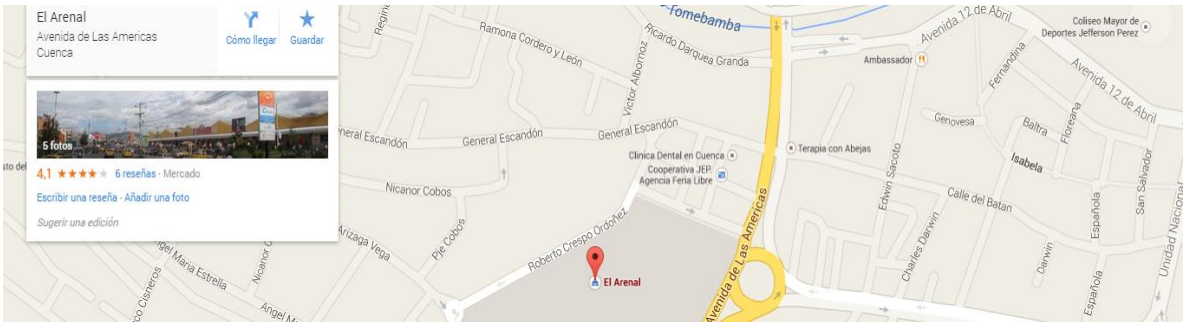


Figura 7: localización del proyecto

Estos lugares tienen una gran ubicación además de quedar en una de las Ciudades más visitadas por turistas nacionales y extranjeros por su gran Arquitectura, además de contar con sus direcciones las cuales son muy fáciles de encontrar.

Tabla 3: ubicación estratégica

País	Ecuador
Provincia	Azuay
Cantón	Cuenca
Distancias	432 km a Quito 191 km a Guayaquil 477 km a Santo Domingo 160 km a Machala 388 km a Portoviejo
Superficie	72 km²
Población	505.585
Total (2013)	505.585 (total cantón) hab. 239.497 hombres 266.088 mujeres
Urbana	331.888 hab.
Densidad	3.476 hab./km²

Fuente: Wikipedia

4.1.3. Análisis ambiental

El Impacto Ambiental del Proyecto a ejecutar es máxima ya que para este se utilizara papel y tintas para la impresión del fotolibro, se considera que las tintas son toxicas y las pastas que cubrirán el fotolibro son duras, pero el lado positivo que tendrá este proyecto es el de reciclar ya que si ya no llegara a ser de agrado del cliente puede proceder a reciclarlo o a su

vez este puede ser coleccionable, con el cual estamos contribuyendo a disminuir el impacto Ambiental y cuidado del mismo.

4.2. Matriz de análisis de impacto de los objetivos

Tabla 4: matriz de análisis de impacto de los objetivos

OBJETIVOS	IMPACTO SOBRE EL PROPÓSITO	FACTIBILIDAD TÉCNICA	FACTIBILIDAD FINANCIERA	FACTIBILIDAD SOCIAL	FACTIBILIDAD POLÍTICA	TOTAL	CATEGORIA
Diseñar un fotolibro llamativo para Promover el Turismo en la Gasronomía de la Ciudad de Cuenca.	Promocionar los Platos Tipícos de la Ciudad mediante un fotolibro	5	5	5	0	15	Alto
Implementar información acerca de los propietarios, detalle de los productos y su preparacón, direccion de los locales, etc.	Clientes fijos y posibles clientes se informan acerca de los platos tipicos que ofrecen en los locales de comida tipíca.	5	4	5	0	14	Alto
Diseñar el fotolibro con imagenes reales de buena resolución para llamar la atención del grupo objetivo fomentando el turismo y mejorando la calidad de vida de los negociantes de comida.	Informar a los clientes de los productos que ofrecen en los distintos locales de comida que llamen la atencón y puedan ser reconocidos con el paso del tiempo.	3	3	5	0	11	Medio
Realizar capacitaciones para los empleados, asi para poder tener un mejor trato con el cliente.	Satisfacción del cliente, puede recomendar el local de comida por el buen servicio que prestaron.	5	4	5	0	14	Alto
Realizar promociones con costos accesibles para los Clientes.	Acogida por parte de los clientes por sus bajos precios y por obtener un beneficio al momento de adquirir el plato de su preferencia	5	5	5	0	15	Alto

Fuente: Autor del Proyecto

4.3. Diagrama de estrategias

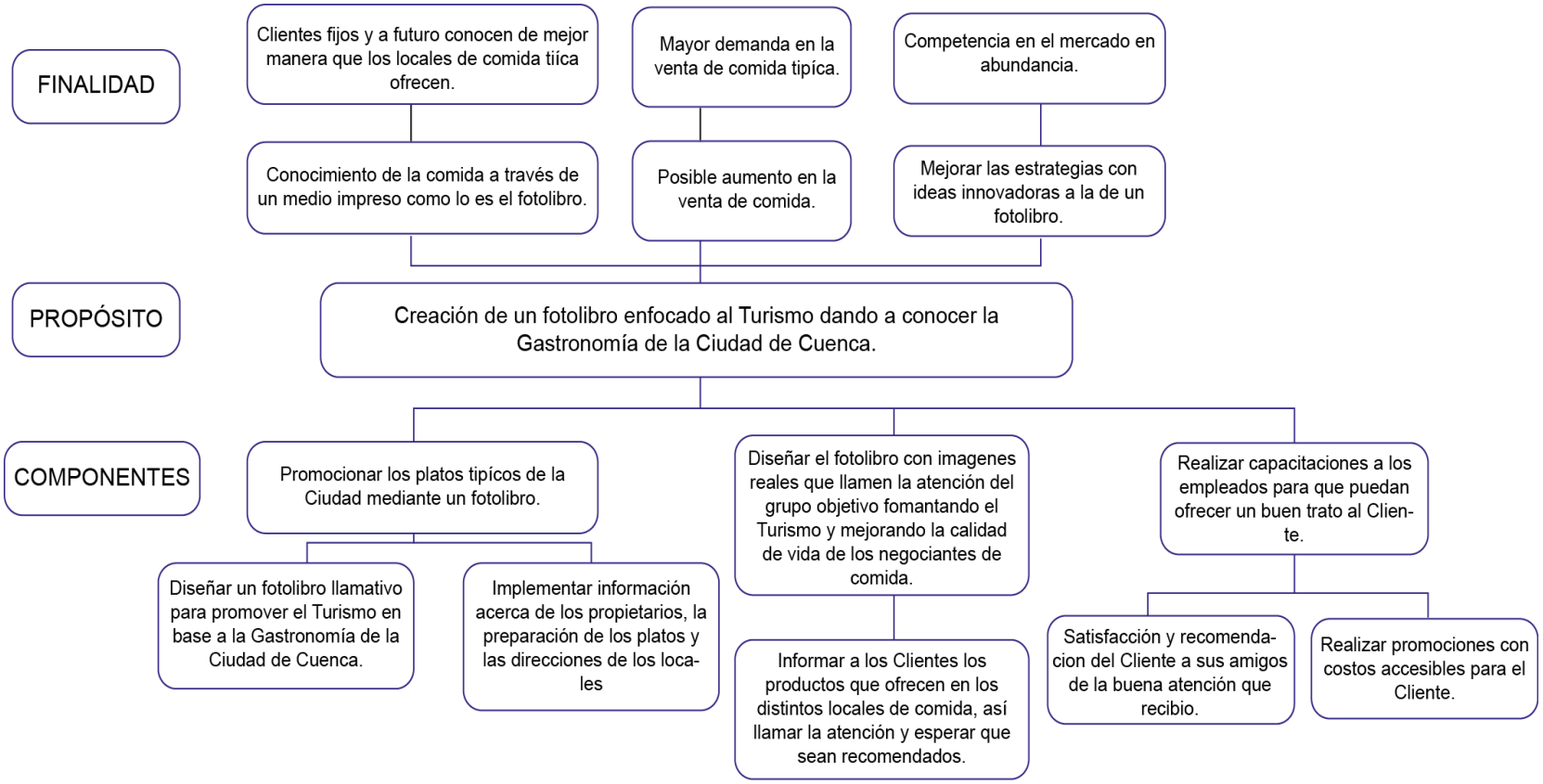


Figura 8: diagrama de estrategias

4.4 Construcción de Matriz de Marco Lógico

4.4.1 Revisión de los criterios para los indicadores.

Tabla 5: revisión de los criterios para los indicadores (fines)

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	META				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
F1	Conocimiento de la comida a través de un medio impreso como lo es el fotolibro.	Incremento del 25% de Clientes.	25	Impactante	Trimestral	Cuenca	Clientes
F2	Aumento de Posibles Ventas.	Incremento del 20% en Ventas.	20	Útil	Mensual	Cuenca	Clientes
F3	Diseño de un fotolibro llamativo para promover el Turismo en base a la Gastronomía de la Ciudad.	Incremento del 80% ya que el Cliente pondra su confianza y su aprobación si le gusto el fotolibro.	80	Comprensible	Mensual	Cuenca	Clientes
F4	Clientes fijos y Clientes a futuro conocen de mejor manera los productos que ofrecen.	Incrementa en 40% el conocimiento de los productos por parte de los clientes y posibles clientes.	40	Impactante	Mensual	Cuenca	Clientes
F5	Mayor demanda en venta de comida tipíca.	Incremento en un 30% la demanda de productos	30	Comprensible	Mensual	Cuenca	Clientes
F6	Competencia.	Incremento del 40% por parte de la competencia que puede innovar ideas para mostrar su producto.	40	Comprensible	Mensual	Cuenca	Competencia

Fuente: Autor del Proyecto

Tabla 6: revisión de los criterios para los indicadores (propósito)

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	META				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
P1	Promocionar los platos tipícos de la Ciudad mediante un fotolibro.	Conocimiento incremento del 50% de clientes y Turistas que se sienten atraidos por el fotolibro.	50	Impactante	Mensual	Cuenca	Clientes

Fuente: autor del proyecto

Tabla 7: revisión de los criterios para los indicadores (componentes)

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	META				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
C1	Promocionar los productos mediante un fotolibro.	Desarrollo de un fotolibro al 100%.	100	Impactante	Trimestral	Quito	Autor del Proyecto
C2	Nueva modalidad de cambio al promocionar sus productos y poder venderlos mediante un medio impreso.	Tratar de llamar la atención de los Clientes con las fotografías.	100	Impactante	Trimestral	Quito	Autor del Proyecto
C3	Personal Capacitado en el área de fotografía que logre impactar al público con imagenes y ser capaz de promocionar la comida tipíca de la Ciudad de Cuenca.	Realizar cursos de capacitación para que así el cliente de dienta satisfecho con el producto.	100	Impactante	Trimestral	Quito	Autor del Proyecto

Fuente: autor del proyecto

Tabla 8: revisión de los criterios para los indicadores (acciones)

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	META				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
A1	Diseñar el fotolibro sobre la Gastronomía de la Ciudad de Cuenca.	Avance del Proyecto del 50 %.	50	Impactante	Trimestral	Quito	Autor del Proyecto
A2	Incorporar la información de los locales donde estan ubicados los restaurantes de comida tipíca para facilitar la busqueda al cliente	Avance del Proyecto 20%.	20	Impactante	Trimestral	Quito	Autor del Proyecto
A3	Diseñar y Publicar el fotolibro.	Avance del Proyecto 10 %.	10	Impactante	Trimestral	Quito	Autor del Proyecto
A4	Recopilar información acerca de la preparación de los platos tipícos.	Avance del Proyecto 10 %.	10	Impactante	Trimestral	Quito	Autor del Proyecto
A5	Diseño creativo para el fotolibro para que llame la atención del grupo objetivo.	Avance del Proyecto 20 %.	20	Impactante	Trimestral	Quito	Autor del Proyecto

Fuente: autor del proyecto

4.4.2. Selección de indicadores

Tabla 9: selección de indicadores (fines)

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	CLASIFICADOR DE INDICADORES					PUNTAJE	SELECCIÓN
			A	B	C	D	E		
F1	Conocimiento de la comida ta través de un medio impreso como lo es el fotolibro.	Incremento de un 25% de posibles clientes.	X	X	X	X	X	5	Alto
F2	Aumento de Posibles Ventas.	Aumento del 25 % en Ventas.	X	X	X	X	X	5	Alto
F3	Diseño de un fotolibro llamativo para promover el turismo en base a la Gastronomía.	Incremento del 80% ya que el cliente nos brindara su confianza y aprobación en el fotolibro.	X	X	X	X	X	5	Alto
F4	Clientes fijos y posibles clientes conocen de mejor manera los productos que ofrecen.	Incremento de un 40% en el conocimiento de los productos por parte de los clientes y posibles clientes.	X	X	X	X	X	5	Alto
F5	Mayor demanda en la Venta de Platos tipícos.	Incremento en un 30% en la demanda de productos.	X	X	X	X	X	5	Alto
F6	Competencia	Incremento del 40% el interés de los competidores	X	X	X	X	X	5	Alto

Fuente: autor del proyecto

Tabla 10: selección de indicadores (propósito)

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	CLASIFICADOR DE INDICADORES					PUNTAJE	SELECCIÓN
			A	B	C	D	E		
P1	Posicionar los platos tipícos d la Ciudad mediante un fotolibro.	Incremento del 50% de clientes y posibles clientes que se sienten atraidos por el fotolibro.	X	X	X	X	X	5	Alto

Fuente: autor del proyecto

Tabla 11: selección de indicadores (componentes)

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	CLASIFICADOR DE INDICADORES					PUNTAJE	SELECCIÓN
			A	B	C	D	E		
C1	Promocionar los Productos mediante un fotolibro.	Desarrollo del fotolibro 100%.	X	X	X	X	X	5	Alto
C2	Nueva modalidad de cambio al promocionar sus productos y venderlos mediante un medio impreso.	Tratar de llamar la atención de los Clientes con las fotografías.	X	X	X	X	X	5	Alto
C3	Personal capacitado en el área de fotografía que logre impactar al público con imágenes y ser capaz de promocionar la comida tipíca de la Ciudad de Cuenca.	Realizar cursos de capacitación para que asi el Cliente se sienta satisfecho.	X	X	X	X	X	5	Alto

Fuente: autor del proyecto

Tabla 12: selección de indicadores (acciones)

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	CLASIFICADOR DE INDICADORES					PUNTAJE	SELECCIÓN
			A	B	C	D	E		
A1	Diseñar el fotolibro de la Gastronomía de la Ciudad de Cuenca.	Avance del Proyecto 50%.	X	X	X	X	X	5	Alto
A2	Incorporar la información de los locales de comida tpíca y facilitar las busqueda a los Clientes.	Avance del Proyecto 20%.	X	X	X	X	X	5	Alto
A3	Diseñar y Publicar el fotolibro.	Avance del Proyecto 10%.	X	X	X	X	X	5	Alto
A4	Recopilar información acerca de la preparación de los platos tipícos.	Avance del Proyecto 10 %.	X	X	X	X	X	5	Alto
A5	Diseño creativo para el fotolibro para que llame la atención del grupo objetivo.	Avance del Proyecto 20 %.	X	X	X	X	X	5	Alto

Fuente: autor del proyecto

4.4.3. Medios de Verificación

Tabla 13: medios de verificación (fines)

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Métodos de Varificación				
			Fuentes de Información	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia de Recopilación	Responsable
F1	Conocimiento de la comida ta través de un medio impreso como lo es el fotolibro.	Incremento de un 25% de posibles clientes.	Propietarios de los locales de comida.	Recopilación de Datos	Estadístico	Mensual	Autor del Proyecto
F2	Aumento de Posibles Ventas.	Aumento del 25 % en Ventas.	Propietarios de los locales de comida.	Entrevistar al Propietario para ver si sus ventas han aumentado	Estadístico	Mensual	Autor del Proyecto
F3	Diseño de un fotolibro llamativo para promover el turismo en base a la Gastronomía.	Incremento del 80% ya que el cliente nos brindara su confianza y aprobación en el fotolibro.	Fotolibro	Encuestas	Estadístico	Mensual	Autor del Proyecto
F4	Clientes fijos y posibles clientes conocen de mejor manera los productos que ofrecen.	Incremento de un 40% en el conocimiento de los productos por parte de los clientes y posibles clientes.	Clientes	Encuestas	Estadístico	Mensual	Autor del Proyecto
F5	Mayor demanda en la Venta de Platos tipícos.	Incremento en un 30% en la demanda de productos.	Registro de Cuentas del Propietario del Local	Entrevistar al Propietario.	Estadístico	Mensual	Propietario
F6	Competencia	Incremento del 40% el interés de los competidores	Clientes	Investigación	Verificación	Mensual	Clientes

Fuente: autor del proyecto

Tabla 14: medios de verificación (propósito)

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Métodos de Varificación				
			Fuentes de Información	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia de Recopilación	Responsable
P1	Posicionar los Platos tipícos de la Ciudad mediante un fotolibro.	Incremento del 50% de Clientes y Posibles Clientes que se sienten atraídos por el fotolibro.	Registro del Propietario	Observación y Recopilación de Datos.	Estadístico	Mensual	Autor del Proyecto

Fuente: autor del proyecto

Tabla 15: medios de verificación (componentes)

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Métodos de Varificación				
			Fuentes de Información	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia de Recopilación	Responsable
C1	Promocionar los productos mediante un fotolibro.	Desarrollo de un fotolibro al 100%.	Autor del Proyecto.	Observación y Recopilación de Datos.	Estadístico	Mensual	Autor del Proyecto
C2	Nueva modalidad de cambio al promocionar sus productos y poder venderlos mediante un medio impreso.	Tratar de llamar la atención de los Clientes con las fotografías.	Fotolibro	Observación y Recopilación de Datos.	Estadístico	Mensual	Autor del Proyecto
C3	Personal Capacitado en el área de fotografía que logre impactar al público con imagenes y ser capaz de promocionar la comida tipíca de la Ciudad de Cuenca.	Realizar cursos de capacitación para que así el cliente de dienta satisfecho con el producto.	Clientes	Observación y Recopilación de Datos.	Estadístico	Mensual	Autor del Proyecto

Fuente: autor del proyecto

Tabla 16: medios de verificación (acciones)

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Métodos de Varificación				
			Fuentes de Información	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia de Recopilación	Responsable
A1	Diseñar el fotolibro sobre la Gastronomía de la Ciudad de Cuenca.	Avance del Proyecto del 50 %.	Autor del Proyecto.	Observación y Recopilación de Datos.	Varificación	Semanal	Autor del Proyecto
A2	Incorporar la información de los locales donde estan ubicados los restaurantes de comida tipíca para facilitar la busqueda al cliente	Avance del Proyecto 20%.	Autor del Proyecto.	Observación y Recopilación de Datos.	Verificación	Semanal	Autor del Proyecto
A3	Diseñar y Publicar el fotolibro.	Avance del Proyecto 10 %.	Autor del Proyecto.	Observación y Recopilación de Datos.	Verificación	Semanal	Autor del Proyecto
A4	Recopilar información acerca de la preparación de los platos tipícos.	Avance del Proyecto 10 %.	Autor del Proyecto.	Observación y Recopilación de Datos.	Verificación	Semanal	Autor del Proyecto
A5	Diseño creativo para el fotolibro para que llame la atención del grupo objetivo.	Avance del Proyecto 20 %.	Autor del Proyecto.	Observación y Recopilación de Datos.	Verificación	Semanal	Autor del Proyecto

Fuente: autor del proyecto

4.4.4. Supuestos

Tabla 17: supuestos (fines)

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
F1	Conocimiento de la comida ta través de un medio impreso como lo es el fotolibro.	Competencia crea nuevos medios para darse a conocer	Perdida de Posibles Clientes	----	Perdida de Clientes fijos	ALTO	ALTO
F2	Aumento de Posibles Ventas.	Proovedores de alimentos de mala calidad.	Perdida de Clientes	----	Perdida de Clientes fijos	----	ALTO
F3	Diseño de un fotolibro llamativo para promover el turismo en base a la Gastronomía.	Mejores propuestas para el Consumidor	Disminución de Clientes y demanda	----	Perdida de Clientes y confianza	----	ALTO
F4	Clientes fijos y posibles clientes conocen de mejor manera los productos que ofrecen.	Fotolibro no atractivo para el Consumidor	No llama la Atención el Producto	----	----	ALTO	ALTO
F5	Mayor demanda en la Venta de Platos tipícos.	Clientes que no se sienten atraidos con los platos tipícos de la Ciudad	Bajos ingresos económicos	----	Perdida de Clientes	----	----
F6	Competencia	Estrategias Innovadoras y nuevas formas de promocionar sus productos	Perdida de Clientes y Posibles Clientes	----	Perdida de Clientes	----	----

Fuente: autor del proyecto

Tabla 18: supuestos (propósito)

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
P1	Posicionar los Platos tipícos de la Ciudad mediante un fotolibro	Falta de Recursos Económicos de los Propietarios de los Locales	No se posiciona la Gastronomía como un atractivo turistico en el mercado	Asignar Recursos Económicos para poder realizar el trabajo y así la Gastronomía sea un atractivo de la Ciudad	Bajos Ingresos Económicos	----	----

Fuente: autor del proyecto

Tabla 19: supuestos (componentes)

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
C1	Promocionar los productos mediante un fotolibro.	Falta de Tiempo	Incumplimiento del Proyecto	-----	-----	-----	-----
C2	Nueva modalidad de cambio al promocionar sus productos y poder venderlos mediante un medio impreso.	Productos de mala calidad para la elaboración de los alimentos	Perdida de Clientes	-----	-----	-----	Denuncia por parte de los Clientes a los locales de comida por no cumplir con la Ley de Salubridad
C3	Personal Capacitado en el área de fotografía que logre impactar al público con imagenes y ser capaz de promocionar la comida tipíca de la Ciudad de Cuenca.	Datos Recopilados erroneos o falsos	Se desconoce el Producto	-----	Datos confidenciales	-----	-----

Fuente: autor del proyecto

Tabla 20: supuestos (acciones)

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
A1	Diseñar el fotolibro sobre la Gastronomía de la Ciudad de Cuenca.	Falta de tiempo	Incumplimiento del Proyecto	-----	-----	-----	-----
A2	Incorporar la información de los locales donde estan ubicados los restaurantes de comida tipíca para facilitar la busqueda al cliente	Falta de Infomación por parte del propietario	-----	-----	Incumplimiento de Metas	-----	-----
A3	Diseñar y Publicar el fotolibro.	Falta de tiempo	-----	-----	No cumplir con los objetivos	-----	-----
A4	Recopilar información acerca de la preparación de los platos tipícos.	Personas que se niegan a dar sus recetas	No se da a conocer el Producto	-----	Desconomiento de los fotolibros y para que sirve	-----	-----
A5	Diseño creativo para el fotolibro para que llame la atención del grupo objetivo.	Perdida de Información o fotografías que no están enfocadas	-----	-----	Perdida de Información	-----	Demanda del Propietario por perder la información o mal uso

Fuente: autor del proyecto

4.4.5. Matriz Marco Lógico (MML)

Tabla 21: matriz marco lógico

Resumen Narrativo	Indicadores	MEDIOS DE VERIFICACIÓN					Supuestos
		Fuentes de Infomación	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia de Recolección	Responsable	
FINES							
Conocimiento de la comida a través de un medio impreso como lo es el fotolibro	Incremento del 25% en Posibles Ventas	Propietario del local de comida tipíca	Recolección de datos y Fotografías	Estadístico	Mensual	Autor del Proyecto	Falta de Tiempo
Aumento en Ventas	Aumento del 25% en Ventas	Registro de Ingreso Económico del Local	Entrevistar al propietario para ver si sus ventas han mejorado	Estadístico	Mensual	Autor del Proyecto	Proovedores de alimentos de mala calidad
Diseño de un fotolibro llamativo para promover el turismo en base a la Gastronomía.	Incremento del 80% ya que el cliente nos brindara su confianza y aprobación en el fotolibro.	Fotolibro	Encuestas	Estadístico	Mensual	Autor del Proyecto	Mejores Propuestas para el consumidor
Clientes fijos y posibles clientes conocen de mejor manera los productos que ofrecen.	Incremento de un 40% en el conocimiento de los productos por parte de los clientes y posibles clientes.	Clientes	Encuestas	Estadístico	Mensual	Autor del Proyecto	Fotolibro no llama la atención del Consumidor
Mayor demanda en la Venta de Platos tipícos.	Incremento en un 30% en la demanda de productos.	Registro de cuentas del Propietario del Local	Entrevistar al propietario	Estadístico	Mensual	Propietario	Clientes no se sienten atraídos por los Platos tipícos de la Ciudad
Competencia	Incremento del 40% de Interés de los Competidores	Clientes	Investigación	Verificación	Mensual	Clientes	Estrategias Innovadoras y nuevas formas de promocionar sus productos

Resumen Narrativo	Indicadores	MEDIOS DE VERIFICACIÓN					Supuestos
		Fuentes de Infomación	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia de Recolección	Responsable	
PROPÓSITOS							
Posicionar los Platos tipícos de la Ciudad mediante un fotolibro	Incremento del 50% de Clientes y Posibles Clientes que se sienten atraidos por el fotolibro	Propietario del local de comida tipíca	Registro del Propietario	Observación y Recopilación de Datos	Mensual	Autor del Proyecto	Falta de Recursos Económicos de los propietarios de los locales
COMPONENTES							
Promocionar los productos mediante un fotolibro.	Desarrollo de un fotolibro al 100%.	Autor del Proyecto	Observación y Recopilación de Datos	Estadístico	Mensual	Autor del Proyecto	Falta de Tiempo
Nueva modalidad de cambio al promocionar sus productos y poder venderlos mediante un medio impreso.	Tratar de llamar la atención de los Clientes con las fotografías.	Fotolibro	Observación y Recopilación de Datos	Estadístico	Mensual	Autor del Proyecto	Productos de mala calidad para la elaboracón de los alimentos
Personal Capacitado en el área de fotografía que logre impactar al público con imagenes y ser capaz de promocionar la comida tipíca de la Ciudad de Cuenca.	Realizar cursos de capacitación para que así el cliente de dienta satisfecho con el producto.	Clientes	Observación y Recopilación de Datos	Estadístico	Mensual	Autor del Proyecto	Datos recopilados erroneos o falsos

Resumen Narrativo	Indicadores	MEDIOS DE VERIFICACIÓN					Supuestos
		Fuentes de Infomación	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia de Recolección	Responsable	
ACTIVIDADES							
Diseñar el fotolibro sobre la Gastrono-mía de la Ciudad de Cuenca.	Avance del Pro-yecto del 50 %.	Autor del Proyecto	Observación y Recopilación de Datos	Verificación	Semanal	Autor del Proyecto	Falta de Tiempo
Incorporar la información de los locales donde estan ubicados los restaurantes de comida tipíca para facilitar la busqueda al cliente	Avance del Proyecto 20%.	Autor del Proyecto	Observación y Recopilación de Datos	Verificación	Semanal	Autor del Proyecto	Falta de Información por parte del Propie-tario
Diseñar y Publicar el fotolibro.	Avance del Proyecto 10 %.	Autor del Proyecto	Observación y Recopilación de Datos	Verificación	Semanal	Autor del Proyecto	Falta de Tiempo
Recopilar información acerca de la preparación de los platos tipícos.	Avance del Proyecto 10 %.	Autor del Proyecto	Observación y Recopilación de Datos	Verificación	Semanal	Autor del Proyecto	Personas que se niegan a dar sus recetas
Diseño creati-vo para el fotolibro para que llame la atención del grupo objetivo.	Avance del Proyecto 20 %.	Autor del Proyecto	Observación y Recopilación de Datos	Verificación	Semanal	Autor del Proyecto	Perdida de Informa-ción o fotografías mal enfocadas

Fuente: autor del proyecto

Capítulo V

5. Propuesta

5.1 Antecedentes de la herramienta del perfil de la Propuesta

La fotografía es una de las aficiones de Turistas tanto Nacionales como Extranjeros de cualquier lugar que visitaron siempre quieren tener un recuerdo, así para que otras personas en diferentes sitios o personas que no conozcan los lugares fotografiados pueden apreciarlos mediante una fotografía.

Los fotolibros son medios impresos con una descripción total de la fotografía tal como lugar dirección o una pequeña Sinopsis la cual detalla cómo fue tomada la foto, siempre y cuando esta debe ser de buena resolución y debe estar bien enfocada para de esta manera llamar la atención de grupo Objetivo que este caso seria los Turistas y Clientes de los lugares de comida típica de la Ciudad de Cuenca y poder hacer de la Gastronomía un atractivo turístico.

La Información y fotos van a ser claras para que de esta manera sea fácil de entender y ver la Exquisita Gastronomía que ofrece la Ciudad de Cuenca.

Promocionar la Gastronomía mediante un fotolibro posee Ventajas porque sería uno de los principales motores para que exista más atractivo turístico y mejores ingresos económicos para los propietarios de los locales y Desventajas como la contaminación del medio

ambiente, llegando así a nuestro grupo objetivo y de igual manera brindar información personalizada al cliente.

5.2 Descripción de la Herramienta

La creación del fotolibro presenta contenido de varios sitios donde podemos encontrar comida típica de la Ciudad de Cuenca, así también contiene direcciones para poder facilitar la búsqueda al Cliente.

Un buen diseño con fotografías de buena resolución bien elaborada aumenta la eficiencia del fotolibro y crea contacto comunicativo entre el vendedor y el cliente, es por eso que algunos Propietarios de los locales de comida típica quieren darse a conocer y promover así el turismo basado en la gastronomía de su Ciudad

Las imágenes e información que se van a publicar en el fotolibro deben ser llamativas, que impacten al comprador.

5.3 Formulación de Proceso de aplicación

5.3.1. Planificación

5.3.1.1. Propósito

Creación de un fotolibro enfocado al turismo dando a conocer la Gastronomía de la Ciudad de Cuenca.

5.3.1.2. Usuario

El proyecto está enfocado a un grupo objetivo de personas desde los 18 años en adelante así como a los Visitantes Extranjeros, personas externas que están interesadas en los productos (Platos Típicos) que la Ciudad de Cuenca ofrece mediante un fotolibro.

Tabla 22: grupo objetivo

GRUPO OBJETIVO	EDAD
Turistas Nacionales / Extranjeros / Clientes Fijos de los locales de comida Típica	18 en adelante

Fuente: Propietario

5.3.1.3. Herramientas

Hardware

- Computador

  El computador es indispensable para realizar este proyecto por lo que se va a utilizar uno con las siguientes características:

  - Procesador Core I7
  - RAM 4GB
  - Tarjeta de Video 1GB
  - Disco 1T
  - Monitor LG 19" LCD

- Cámara Canon PowerShot A4000 IS

Con esta cámara se toman fotografías de gran calidad, su manejo es sencillo y permite obtener calidad en la fotografía.

Software

- **Adobe Ilustrador CS6**

(Adobe) Adobe Ilustrador proporciona una gran variedad de herramientas para crear diseños, ilustraciones, así como para crear afiches, como el que va a promocionar el lanzamiento del fotolibro.

Con Adobe Indesing Cs6 realice el diseño del afiche promocional del fotolibro, y el logotipo que va a llevar.

- **Adobe InDesing CS6**

Es una aplicación para la composición digital de páginas, se utiliza para realizar revistas, periódicos, es una herramienta indispensable para los diseñadores gráficos ya que en esta pueden manejar maquetaciones profesionales.

En Adobe InDesing realice la maquetación del fotolibro.

- **Adobe Photoshop CS6**

Adobe Photoshop es uno de los programas más indispensables y más utilizados en el mundo del diseño, es uno de los programas más utilizados por los profesionales de la imagen digital y diseñadores web, para realizar sus creaciones y retocando imágenes y fotografías.

Adobe Photoshop utilice para retocar las imágenes y hacerla más llamativa para la vista del consumidor final (Cliente).

5.3.1.4. Desarrollo

El Proyecto Inicia con la entrega del formulario 001 donde está la propuesta del proyecto de Grado a la dirección de escuela de Diseño Gráfico del Instituto Tecnológico Superior Cordillera para que sea aprobado y poder llevarlo a cabo, así como el viaje a Cuenca que se lleva a cabo en el mes de Agosto 2014 hablando con los propietarios de los negocios de comida típica tanto de la Av. Don Bosco como los del Mercado El Arenal los dos ubicados en calles principales de la Ciudad y con mayor concurrencia de gente.

Con una respuesta positiva siendo aprobado el tema del proyecto y hablado con los propietarios de los negocios de comida típica se realizó el siguiente procedimiento.

- **Recopilación de información**

  La información recopilada de los locales y de los platos típicos que ofrecen se lo hizo en base a un dialogo con los propietarios de los locales que de una manera

cordial nos brindaron su apoyo al momento de realizar las fotografías, direcciones, etc.

- **Fotografías**

  Se realizó una sesión fotográfica con los implementos necesarios para que las fotografías tengan la resolución adecuada y den un impacto visual al cliente y sea de su agrado.

- **Estructura**

  La estructura del fotolibro es de la siguiente manera:

  - Portada: La portada del fotolibro consta del logotipo que he diseñado, con colores que resalten el logotipo y decorado con utensilios para que el consumidor note de manera clara de que se trata el fotolibro, con una serie de imágenes que capturamos en los locales de comida típica atractivas para la mente del consumidor.
  - Índice: Para guiar mejor al consumidor, o si quiere llegar a una fotografía que le haya llamado la atención.
  - Hojas de cortesía: Es una hoja preliminar, se la puede presentar con texto o imágenes, de esta manera ayudar a la encuadernación del mismo.
  - Información: Llevara información de las fotografías que capturamos, nombre del local y direcciones.

- Imágenes: Que son lo más indispensable para el desarrollo del mismo las cuales son de gran resolución y muy llamativas para la mente del consumidor final.

- **Diseño**

  Una vez recopilada la información y dando a conocer la estructura que tendrá el fotolibro se procede con el diseño, esto significa darle forma, color, tipografía, con un diseño acorde a nuestro grupo objetivo para que logre satisfacer las necesidades de los clientes y genere un impacto positivo.

- **Maquetación**

  La maquetación se la realiza en Adobe inDesing, de una manera correcta la cual nos permita ver el procedimiento que se va a llevar a cabo.

El tamaño del fotolibro lo tendremos de 61 x 21 cm

5.3.1.5. Contenido

Introducción

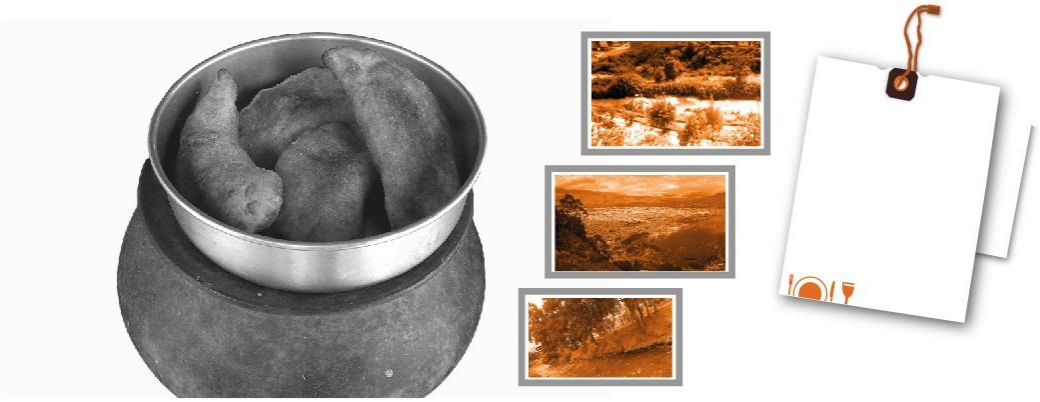
En esta parte pondremos una breve descripción del fotolibro, de la Ciudad y de la gastronomía que la Ciudad de Cuenca ofrece a sus visitantes.

Productos

- Aquí se colocan las fotografías realizadas por el autor del proyecto las cuales van con una pequeña descripción de la fotografía.

  Detalles de cómo se realiza y el nombre del plato típico.

5.3.2. Diseño de Interfaz



5.3.2.1. Imagen Corporativa

Es la representación visual de una empresa la cual dependerá de la imagen que le daremos al fotolibro para su presentación, recalcando que la imagen corporativa no solo se trata del logotipo, abarca todas las artes que se necesitan para dar una identidad al producto o empresa, en este caso del fotolibro siendo esta su carta de presentación para el cliente, tipografías, colores, elementos gráficos, etc.

En este caso nuestro logotipo será CUENCA Sabores de mi tierra.

- **Logotipo**

  El logotipo es la identidad que se le da al Producto el cual se lo transmite de manera llamativa al cliente ubicándolo de manera correcta en la portada del fotolibro.

- **Justificación del Logotipo**

  El logotipo se lo realiza con trazos que denotan la Catedral de la Inmaculada Concepción, la cual es el mayor atractivo turístico que posee la Ciudad y así el nombre de Cuenca.

- **Slogan**

  Sabores de mi Tierra: Es el eslogan el cual va a identificar ya que con este representa el sabor exquisito que se encuentra en cada uno de los platos típicos que se van a exhibir en el fotolibro.

Figura 6: logotipo

- **Tipografía del Logotipo**

Nombre de la Tipografía: Palace Script MT

Tipo de Fuente: Serif

Denota Elegancia y distinción

Año de Creación: 2014, Estados Unidos

Esta tipografía la podemos encontrar en páginas para descargas gratuitas como son:

http://www.freefonts100.com/descargar/fuente/palace-script-mt/P/7142

http://www.megafuentes.com/fuentes/P/palace-script-mt.html

- **Tipografía del Slogan**

Nombre de la Tipografía: Pristina (Regular)

Tipo de fuente: Serif

Denota elegancia y sencillez.

Año de creación: Octubre 2011

La tipografía está disponible para descarga gratuita en la página:

http://fontzone.net/font-details/pristina

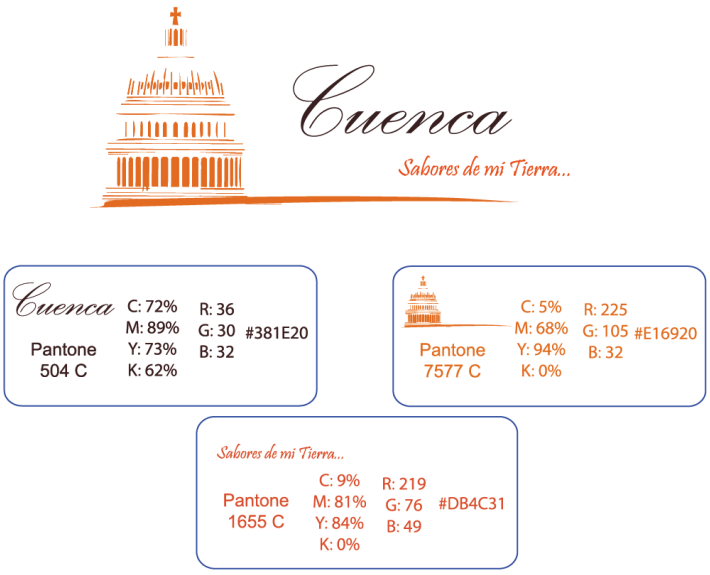
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

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

¡ " # $ % & b / ( ) = m ¿ _ [ ] ' * { } + ´ ´ . ~ ´ { + .

- **Colores de Logotipo**



5.3.1. Imágenes

Fotografías Realizadas por el Autor del Proyecto con una cámara Canon PowerShot A4000

Caracteristícas de la Cámara	Caracteristícas de la Imagen
Fabricante: Canon Modelo: Canon PowerShot A4000 IS Punto F: f/3 Tiempo de Exposición: 1/1250 s Velocidad Iso: Iso200 Modo de Medición: Diseño Distancia focal: 5mm	Dimensión: 3264 x 2443 Alto: 2443 pixeles Ancho: 3264 pixeles Resolucion horizontal: 180pp Resolucion vertical: 180 pp Representación del Color: sRGB

Tabla 23: fotografías por el autor del proyecto

5.3.2. Marketing y difusión

El Fotolibro saldrá a la circulación el mes de Diciembre 2014 para lo cual realizamos afiches para colocarlos en las papelerías principales donde este saldrá a la venta, esperando tener aceptación el afiche tendrá que ser muy llamativo.

Figura12: afiche promocional del fotolibro

CAPÍTULO VI

6. Aspectos Administrativos

6.1 Recursos

6.1.1 Humanos

Para la elaboración del Fotolibro el principal recurso Humano es el autor del proyecto Melissa González, que ha recopilado e investigado toda la información referente a los platos típicos de Cuenca, pero principalmente los habitantes de la Ciudad, que elaboran dichos platos, ya que gracias a ellos ha sido posible dar a conocer la Gastronomía de la Ciudad.

6.1.2 Tecnológicos

Los Programas y los equipos Tecnológicos que se utilizaron para el presente Fotolibro son:

Software

- Adobe Illustrator CS6
- Adobe Photoshop CS6
- Camera Canon Canon PowerShot A4000 IS6.1.3 Presupuesto

Tabla: Cronograma

Durante la realización del presente Fotolibro, todos los recursos económicos fueron solventados por el autor de este proyecto.

Descripción	Valor	Financiamiento
Transporte Quito Cuenca	$ 12,50	Propio
Transporte Cuenca	25,00	Propio
Alimentación	30,00	Propio
Transporte Cuenca Quito	12, 50	Propio

TOTAL	$ 80, 00

6.2.2. Aplicación del Proyecto

Tabla 24: aplicación del proyecto

APLICACIÓN DEL PROYECTO				
Cantidad	**Descripción**	**V/U**	**Valor**	**Financiamiento**
1	Gastos Ciudad de Cuenca	250,00	250	Propio
1	Impresión del fotolibro	80,00	80	Propio
1	Transportes	50,00	50	Propio
		SUBTOTAL	380,00	
		% IMPREVISTOS	17,62%	

1	Imprevisto		66,95	Propio
		TOTAL	**446,95**	

Fuente: autor del proyecto

6.3 Cronograma

Tabla 25: Cronograma

Nº	Actividad	Resultados esperados	Tiempo					Responsable
			Mes	Semana				
				1	2	3	4	
1	Presentación de tema de proyecto	Aprobación del tema de proyecto	Junio		x	x		Autor del proyecto
2	Recopilación de información	Reunir toda la información	Agosto	x	x	x	x	Autor del proyecto
3	Entrega del capítulo I	Aprobación del capítulo	Agosto		x			Autor del proyecto
4	Fotografías	Captura de las mejores tomas	Agosto	x	x	x	x	Autor del proyecto
5	Entrega del capítulo II	Aprobación del capítulo	Septiembre			x		Autor del proyecto
6	Diseño de la interfaz	Aprobación del Diseño	Septiembre			x		Autor del proyecto
7	Entrega del capítulo III	Aprobación del capítulo	Octubre		x			Autor del proyecto
8	Diseño del fotolibro avances	Desarrollo adecuado	Octubre		x	x		Autor del proyecto
9	Maquetación	Fotografías adecuadas	Octubre	x	x	x	x	Autor del proyecto
10	Entrega del capítulo IV	Aprobación del capítulo	Octubre			x		Autor del proyecto
11	Entrega del capítulo V y VI	Aprobación del capítulo	Octubre		x			Autor del proyecto
12	Entrega del producto final	Aprobación del producto	Octubre		x			Autor del proyecto
13	Entrega del borrador y el producto final del proyecto	Aprobación del Proyecto	Noviembre			x	x	Autor del proyecto

Fuente: autor del proyecto

CAPITULO VII

7. Conclusiones y Recomendaciones

7.1 Conclusiones

1. El fotolibro es un medio impreso mediante el cual daremos a conocer la Gastronomía de la Ciudad de Cuenca.

2. El Diseño del fotolibro cumple con las expectativas de llegar a la mente del consumidor.

3. Mediante el fotolibro daremos a conocer los detalles como son: Descripción de los Platos típicos, direcciones de los locales donde se tomaron las fotografías.

4. El diseño del fotolibro dará a conocer los platos típicos detalladamente como se los encuentra en cada uno de los locales.

5. Por medio de capacitaciones a los empleados de los locales de venta de comida, se dara mejor trato al cliente para que se sienta satisfecho.

6. Con el fotolibro los locales de comida mejoraran la demanda en sus ventas y tendrán mejores ingresos económicos para su familia.

7. Actualmente los clientes buscan detalles de las fotografías que contiene el fotolibro es el caso de los Turistas que por conocer quieren leer los detalles y donde poder encontrar estos platos típicos símbolo de la Ciudad de Cuenca.

8. Los propietarios de los locales de venta de comida típica como el paso del tiempo esperan implementar sus ganancias ya que existen fotolibros, pero donde la comida se expende a precios elevados, por eso los propietarios de los locales han tomado la iniciativa de realizar un fotolibro dando a conocer sus productos preparados con la misma calidad pero a un menos precio.

9. Al promocionar de esta manera sus platos típicos mediante el fotolibro, cambia el tradicional Menú o Carta donde solo se indica los platos que se preparan más no una fotografía del mismo.

10. En un futuro estos locales de comida pueden ser un gran atractivo turístico e ir creando estrategias publicitarias para poder seguir dándose a conocer en otros medios como: Tv, Internet y medios impresos.

Bibliografía

Adobe. (s.f.). *Métodos óptimos para crear diseños* http://help.adobe.com/es_ES/illustrator/cs/using/WS714a382cdf7d304e7e07d0100196cbc5f-636fa.html

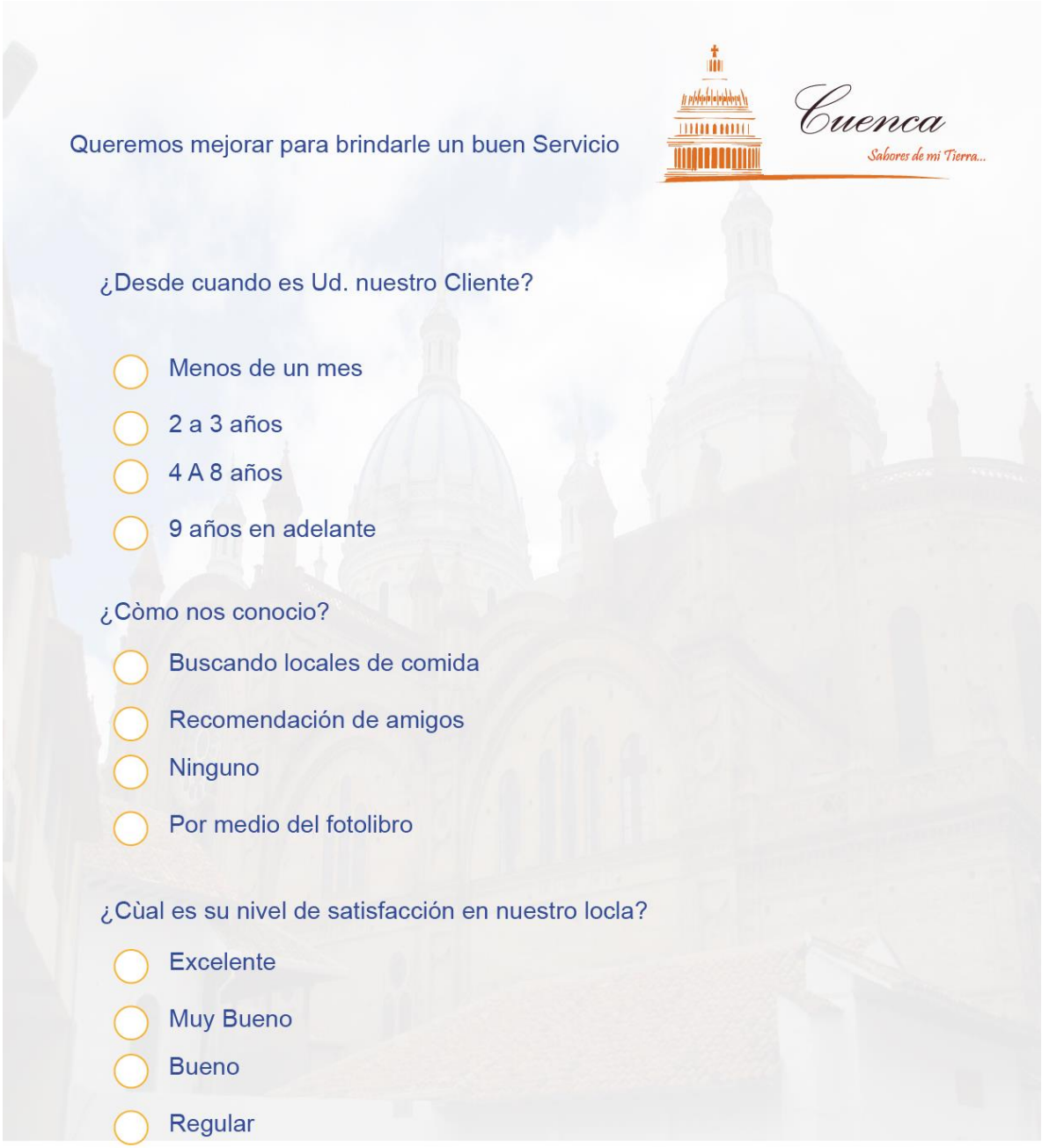
Photoshop, A. (s.f.). *Excelente programa en español para el tratamiento de imagenes y fotografías.* Obtenido de Excelente programa en español para el tratamiento de imagenes y fotografías.: http://photoshop.programas-gratis.net/

Pristina. (s.f.). *Google fonts*. Obtenido de Google fonts: http://www.google.com/fonts/specimen/Open+Sans

Unesco. (s.f) *Detalle de la declaración como patrimonio cultural de la humanidad Ciudad de Cuenca 1990. http://www.unesco.org/new/es*

Anexos

- Encuestas


Queremos mejorar para brindarle un buen Servicio
Cuenca
Sabores de mi Tierra...
¿Desde cuando es Ud. nuestro Cliente?
Menos de un mes
2 a 3 años
4 A 8 años
9 años en adelante
¿Còmo nos conocio?
Buscando locales de comida
Recomendación de amigos
Ninguno
Por medio del fotolibro
¿Cùal es su nivel de satisfacción en nuestro locla?
Excelente
Muy Bueno
Bueno
Regular
¿Se siente Satisfecho con el trato del personal?
Si
No