



TECNOLOGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

DISEÑO DE UNA GUÍA TURISTICA PERSONALIZADA CON ESTILO POP- UP DE LA RUTA DE LAS IGLESIAS DE LA CIUDAD DE QUITO.

Proyecto de Trabajo de Graduación que se presenta como requisito para optar por el
título de:

"TECNÓLOGO EN DISEÑO GRÁFICO"

Autor: Marco Antonio Chanataxi Arias

Tutor: Ing. Carol Cristina Velasteguí Espinoza

Quito, Marzo 2017

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

Yo, Chanataxi Arias Marco Antonio con documento de identificación 1725519134, estudiante de Diseño Gráfico del Instituto Tecnológico Superior Cordillera declaro que soy el único autor del proyecto de grado titulado: "DISEÑO DE UNA GUÍA TURISTICA PERSONALIZADA CON ESTILO POP-UP DE LA RUTA DE LAS IGLESIAS DE LA CIUDAD DE QUITO.", asumiendo la originalidad del presente trabajo y el desarrollo del producto editorial.

Establezco que aquellos aportes intelectuales de otros autores se han citado correctamente en el texto de dicho proyecto.

En la ciudad de Quito, a los 08 días del mes de noviembre del 2017.

Marco Antonio Chanataxi Arias

C.C:1725519134

CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, Marco Antonio Chanataxi Arias portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 1725519134 de conformidad con lo establecido en el artículo 46 de la Ley de Propiedad Intelectual, que dice: *“La cesión exclusiva de los derechos de autor confiere al cesionario el derecho de explotación exclusiva de la obra, oponible frente a terceros y frente al propio autor. También confiere al cesionario el derecho a otorgar cesiones o licencias a terceros, y a celebrar cualquier otro acto o contrato para la explotación de la obra, sin perjuicio de los derechos morales correspondientes. En la cesión no exclusiva, el cesionario está autorizado a explotar la obra en la forma establecida en el contrato”*; en concordancia con lo establecido en los artículos 4, 5 y 6 del cuerpo de leyes ya citado, manifiesto mi voluntad de realizar la cesión exclusiva de los derechos de autor al Instituto Superior Tecnológico Cordillera, en mi calidad de Autor del Trabajo de Titulación que he desarrollado para la obtención de mi título profesional denominado: **“DISEÑO DE UNA GUÍA TURISTICA PERSONALIZADA CON ESTILO POP-UP DE LA RUTA DE LAS IGLESIAS DE LA CIUDAD DE QUITO”** facultando al Instituto para ejercer los derechos cedidos en esta certificación y referidos en el artículo transcrito.

FIRMA

NOMBRE

CEDULA

Quito, a los 08 días del mes de Marzo de 2017.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios quien guía mi camino y me ha permitido culminar de manera satisfactoria este proyecto.

A mis padres Pascual e Isabel por toda la confianza otorgada que me supieron guiar en mi la perseverancia para culminar una meta más en mi vida, la confianza otorgada de mi familia parte esencial de mi vida, por las personas que me brindaron sus consejos su apoyo en cada momento de este proceso.

Al Instituto Tecnológico Superior Cordillera, porque me abrió las puertas del conocimiento y me formo como persona, a mis maestros y maestras que brindaron sus conocimientos para llegar hasta el final de este proceso con éxito.

DEDICATORIA

A mis padres quienes, con su apoyo y su amor inculcaron buenos valores, brindándome confianza en mi para culminar este propósito fijado en mi vida no hay palabras que expresen mi gran agradecimiento hacia ellos. A toda mi familia, amigos que me apoyaron incondicionalmente de alguna manera en mi vida.

ÍNDICE GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE.....	ii
CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA.....	v
ÍNDICE GENERAL	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	x
ÍNDICE DE IMÁGENES.....	xi
RESUMEN EJECUTIVO	xiv
ABSTRACT	xv
INTRODUCCIÓN.....	xvi
CAPÍTULO I.....	17
Antecedentes	17
1.01. Contexto	17
1.02. Justificación.....	20
1.03. Definición del Problema Central (Matriz T)	21
CAPÍTULO II.....	22
Análisis de Involucrados.....	22

2.01. Mapeo de Involucrados	22
2.02. Matriz de análisis y selección con los involucrados	23
CAPÍTULO III	24
Problemas y Objetivos	24
3.01. Árbol de Problemas.....	24
3.02. Árbol de Objetivo.....	25
CAPÍTULO IV	26
Análisis de Alternativas	26
4.01. Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones.....	26
4.02. Matriz de análisis de impacto de los objetivos.....	30
4.03. Diagrama de Estrategias.....	31
4.04. Construcción de la Matriz de Marco Lógico.....	32
CAPÍTULO V	50
La Propuesta	50
5.01. Antecedentes de la herramienta y perfil de la propuesta.....	50
5.02. Descripción de la herramienta.....	53
5.03. Resultado y Análisis de la Encuesta.....	57
5.04. Formulación del proceso de aplicación.....	67
5.05. Desarrollo	68
5.06. Pre-Prensa	99
5.07. Marketing y Distribución	99

CAPÍTULO VI	103
Aspectos Administrativos	103
6.01. Recursos	103
6.02. Presupuesto	104
6.03. Cronograma.....	105
CAPÍTULO VII.....	106
Conclusiones y Recomendaciones.....	106
7.01. Conclusiones	106
7.02. Recomendaciones.....	107
7.03. Bibliografía	108
ANEXOS.....	109

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz Centra.....	21
Tabla 2. Matriz de análisis y selección de involucrados	23
Tabla 3. Matriz de análisis de impacto de los objetivos.....	30
Tabla 4. Revisión de los criterios para los indicadores	32
Tabla 5. Selección de Indicadores	36
Tabla 6. Medios de Verificación	40
Tabla 7. Supuestos.....	44
Tabla 8. Matriz Marco Lógico.....	47
Tabla 9. Análisis 1.....	57
Tabla 10. Análisis 2.....	58
Tabla 11. Análisis 3.....	59
Tabla 12. Análisis 4.....	60
Tabla 13. Análisis 5.....	61
Tabla 14. Análisis 6.....	62
Tabla 15. Análisis 7.....	63
Tabla 16. Análisis 8.....	64
Tabla 17. Análisis 9.....	65
Tabla 18. Análisis 10.....	66
Tabla 19. Estilos	78
Tabla 20. Tipografía Logotipo.....	90
Tabla 21. Presupuestos	104
Tabla 22. Cronograma de actividades	105

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Mapeo de Involucrados	22
Figura 2. Árbol de Problemas.....	24
Figura 3. Árbol Objetivos.....	25
Figura 4. Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones.....	26
Figura 5. Diagrama de Estrategias.....	31
Figura 6. Análisis 2.....	57
Figura 7. Análisis 2.....	58
Figura 8. Análisis 3.....	59
Figura 9. Análisis 4.....	60
Figura 10. Análisis 5.....	61
Figura 11. Análisis 6.....	62
Figura 12. Análisis 7.....	63
Figura 13. Análisis 8.....	64
Figura 14. Análisis 9.....	65
Figura 15. Análisis 10.....	66
Figura 16. Mapa de contenidos.	68

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1: Datos recibidos por Quito Turismo	27
Imagen 2: Captura de pantalla de localización del Proyecto	28
Imagen 3: Iglesia Basílica	69
Imagen 4: Iglesia La Merced	70
Imagen 5: Iglesia La Concepción	70
Imagen 6: Iglesia La Catedral	71
Imagen 7: Iglesia El Sagrario	71
Imagen 8: Iglesia La Compañía	72
Imagen 9: Iglesia El Carmen Alto	73
Imagen 10: Iglesia Santo Domingo	74
Imagen 11: Iglesia Santa Catalina	75
Imagen 12: Iglesia San Agustín	76
Imagen 13: Iglesia San Blas	77
Imagen 14: Retícula Master	80
Imagen 15: Diagramación introducción	80
Imagen 16: Diagramación mapa	81
Imagen 17: Diagramación 1	81
Imagen 18: Diagramación 2	82
Imagen 19: Diagramación 3	82
Imagen 20: Diagramación 4	83
Imagen 21: Diagramación 5	83
Imagen 22: Diagramación 6	84
Imagen 23: Diagramación 7	84

Imagen 24: Diagramación 10	85
Imagen 25: Diagramación 8	85
Imagen 26: Diagramación 9	86
Imagen 27: Diagramación 9	86
Imagen 28: Imagen Corporativa logotipo.....	87
Imagen 29: Imagen Corporativa logotipo Colores	87
Imagen 30: Imagen Corporativa logotipo Positivo-Negativo.....	88
Imagen 31: Imagen Corporativa logotipo usos correctos.....	88
Imagen 32: Imagen Corporativa logotipo usos incorrectos.....	89
Imagen 33: Portada.....	91
Imagen 34: Contraportada	92
Imagen 35: Cromática	93
Imagen 36.Elaboración 1	94
Imagen 37. Elaboración 2	94
Imagen 38. Elaboración 3.....	95
Imagen 39. Elaboración 4.....	95
Imagen 40. Elaboración 5.....	96
Imagen 41. Elaboración 6.....	96
Imagen 42. Elaboración 7	97
Imagen 43. Elaboración 8.....	97
Imagen 44. Elaboración 9.....	98
Imagen 45. Elaboración 10.....	98
Imagen 49: Diseño Afiche.....	100
Imagen 50: Diseño Roll Up.....	101

Imagen 51: Diseño Fan Page	102
----------------------------------	-----

RESUMEN EJECUTIVO

La investigación realizada ha dado como resultado la inexistencia de nuevos recursos informativos impresos innovadores ya que el estilo que se aplica en el proyecto solo existe en libros infantiles.

El presente proyecto está dirigido a la implementación de nuevos recursos informativos impresos con nuevos estilos para los turistas en la ciudad de Quito, la finalidad del desarrollo de la guía turística en pop-up es, que los turistas tengan otra perspectiva de hacer un recorrido turístico por la ruta de las iglesias con una guía innovadora, de las guías tradicionales existentes.

Dando como resultado positivo en la creación de guías pop-up para que los turistas recorran los sitios de una manera diferente.

ABSTRACT

The research has resulted in the inexistence of new innovative printed information resources since the style that is applied in the project only exists in children's books.

This project is aimed at the implementation of new information resources printed with new styles for tourists in the city of Quito, the purpose of the development of the tourist guide in pop-up is that tourists have another perspective of touring By the route of the churches with an innovative guide, of the existing traditional guides.

Giving as result positive in the creation of guides pop-up so the tourists traveling them sites of a way different.

INTRODUCCIÓN

En el proyecto de investigación nos mostró cual era nuestro principal problema, se refleja en la escases de guías turísticas con nuevos diseños ya que las tradicionales son repetitivas. Así introduciéndonos en el mercado con nuevos diseños en pop-up, así también el turista forma una pieza clave con la aprobación de recursos informativos impresos tridimensionales.

La guía turística en estilo pop-up tiene como finalidad a la creación de una guía tridimensional, es un recursos informativos impresos para que los turistas hagan un recorrido diferente y interactúen visiblemente con el producto.

El proyecto busca implementar información entretenida en el recorrido del turista, así pueda interactuar y mirar de una forma diferente.

CAPÍTULO I

Antecedentes

1.01. Contexto

En el campo del diseño editorial existe una técnica de producción muy particular conocida como estilo POP-UP en los que las imágenes se forman tridimensionalmente mediante la acción de los pliegues de papel. El primer libro de estas características se remonta a la Edad Media, a 1306. Se trataba de una obra de astrología. El filósofo y poeta mallorquín Ramón Llull usó por aquel entonces un volvelle o disco giratorio de papel para explicar una de sus teorías, una técnica bastante popular hasta el siglo XVI. (David A. Carter, James Diaz, 2009)

Durante centurias los libros móviles se utilizaron en el ámbito científico y no fue hasta el siglo XVIII, con el nacimiento de la literatura infantil, cuando se enfocaron a los niños como medio de entretenimiento. El siglo XIX fue una época de esplendor para este tipo de libros, gracias a varias casas editoriales británicas y estadounidenses que rivalizaron en diseños y técnicas cada vez más exquisitas, destinados a ser regalos de lujos para niños y niñas de familias pudientes. (Gabriel Moreno Burgos, 2011)

Las crisis bélicas y económicas de las primeras décadas del siglo XX abarataron los precios, aunque no se dejaron de fabricar y perfeccionar, tanto en Europa como en Norteamérica. Precisamente, parece que la denominación «pop-up» tuvo su origen en la editorial neoyorquina Blue Ribbon por aquel entonces.

El renacimiento de los libros Pop-up

A finales de la década de los 80s, en Latinoamérica, Colombia no solamente tenía reconocimiento internacional por la producción de los libros pop-up, sino además

porque estaba viviendo cambios rotundos con las nuevas estrategias pedagógicas que implementaba el gobierno Colombiano y el Ministerio de Cultura. Se buscaba fomentar la lectura en los niños y en los jóvenes. Además de lograr que los textos infantiles fueran ilustrados, se triplicó la venta nacional de libros animados, así que, más que buscar la metodología para hacer que los niños leyeran, se logró vender la idea de leer por diversión, jugando con el libro.

Tradicionalmente, los pop-ups se han visto más relacionados a libros infantiles, pero a partir de la década de 1990 han crecido en importancia, principalmente por que han sido utilizados como estrategias publicitarias para grandes marcas a nivel mundial.

Estos productos no han sido difundidos ni popularizados en nuestro medio. En Ecuador, existen imprentas y editoriales especializadas en el tema y realización de libros para niños, pero hasta el momento no se han producido libros pop-up como tales. (Sosa Martín)

La temática pop-up, puede ser relacionada con otros temas de actualidad como la exploración de culturas y tradiciones de diferentes lugares del país, siendo el potencial desarrollo de guías informativas y al a vez promocionales de ciertos sectores turísticos, basados en este tipo de productos editoriales.

Según lo antes expuesto y tomando como referencia las necesidades de la sociedad así como también el interés de generar una guía turística en estilo pop-up de la ruta de las iglesias que involucre temáticas turísticas, se desarrollará la creación de un material didáctico-turístico para que los viajeros y personas en general, puedan visualizar y descubrir un nuevo estilo en guías marcando así una gran diferencia.

La gran variedad de sitios turísticos que ofrece la ciudad, hacen de Quito, un destino para turistas nacionales y extranjeros, la ciudad tiene lugares que relatan la historia, el patrimonio, la cultura, las creencias, las tradiciones, las leyendas, e incluso, la rica fauna y flora, con la que cuenta esta urbe. (Quito Turismo, 2016)

La capital logró obtener importantes reconocimientos a nivel internacional. Uno de ellos es el denominado ‘Destino Líder de Sudamérica’, el cual registró una votación récord; otro, es la nominación que obtuvo como ‘Quito Capital Iberoamericana de la Cultura’; ‘Quito Primer Patrimonio Cultural de la Humanidad’ y ‘Mejor Ciudad Destino del Mundo’ son otros de los reconocimientos con los que cuenta nuestra ciudad que la colocan en la palestra mundial. (Quito Turismo, 2016)

Además, Quito tiene el Centro Histórico mejor conservado de Latinoamérica, donde está ubicado el primer mejor hotel de Sudamérica y el sexto mejor hotel del mundo, títulos otorgados, previa votación por la organización World Travel Award. La ciudad es rica y reconocida por la calidez de su la gente, siempre presta a ayudar a los visitantes.

- | | |
|------------------|-------------------|
| 1. Basílica | 7. El Carmen Alto |
| 2. La Merced | 8. Santo Domingo |
| 3. La Concepción | 9. Santa Catalina |
| 4. La Catedral | 10. San Agustín |
| 5. El Sagrario | 11. San Blas |
| 6. La Compañía | |

1.02. Justificación

El tema de estudio está enmarcado en el Diseño Gráfico, el diseño editorial, la ingeniería del papel, la ilustración; los cuales se apoyen conceptualmente con el turismo, esto con el fin de resolver un producto didáctico que comunique a turistas extranjeros como locales, en un soporte físico tangible como lo es una guía personalizada pop-up, para promover la interacción visual de la persona.

El presente proyecto se fundamenta en la realización de una guía POP-UP que exponga la ruta de la iglesias de la ciudad de Quito, se pueden observar las ventajas que tendría este medio para promover el turismo de la ciudad mediante el estímulo visual, con la creación artística de la guía que jugaría un papel cada vez más importante al promocionar el turismo de la ciudad de una forma más llamativa y complementaria a las ya existentes.

Partiendo del Diseño Gráfico, especialmente el diseño editorial y tomando conocimientos de la ingeniería del papel, se pueden realizar libros tridimensionales con interacciones, a esto llamamos POP-UP. Las características de estos, los hace muy atractivos para niños y adultos, las posibilidades que ofrecen al diseño gráfico lo convierte en un producto que se puede aprovechar como material didáctico a manera de guías para el turista.

1.03. Definición del Problema Central (Matriz T)

Tabla 1. Matriz Centra

Análisis de las fuerzas T					
Situación Empeorada	Situación Actual				Situación Mejorada
Desconocimiento de nuevas guías	Escasos conocimientos de una nueva guía personalizada en estilo pop-up				Mejorar el turismo con nuevas guías
Fuerza impulsadora	I	PC	I	PC	Fuerza bloqueadora
Implementación de guías en estilo pop-up	3	5	3	4	Escasa información del estilo pop-up para guías turísticas
Material impreso dinámico para que los turistas conozcan nuevos estilos	2	4	3	4	Inadecuada ejecución del estilo en guías personalizadas
Incrementar el turismo	3	5	3	4	Desinterés por los turistas
Difundir el nuevo estilo pop-up en guías turísticas	3	5	3	4	Poco innovación en la elaboración de material turístico

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

CAPÍTULO II

Análisis de Involucrados

2.01. Mapeo de Involucrados

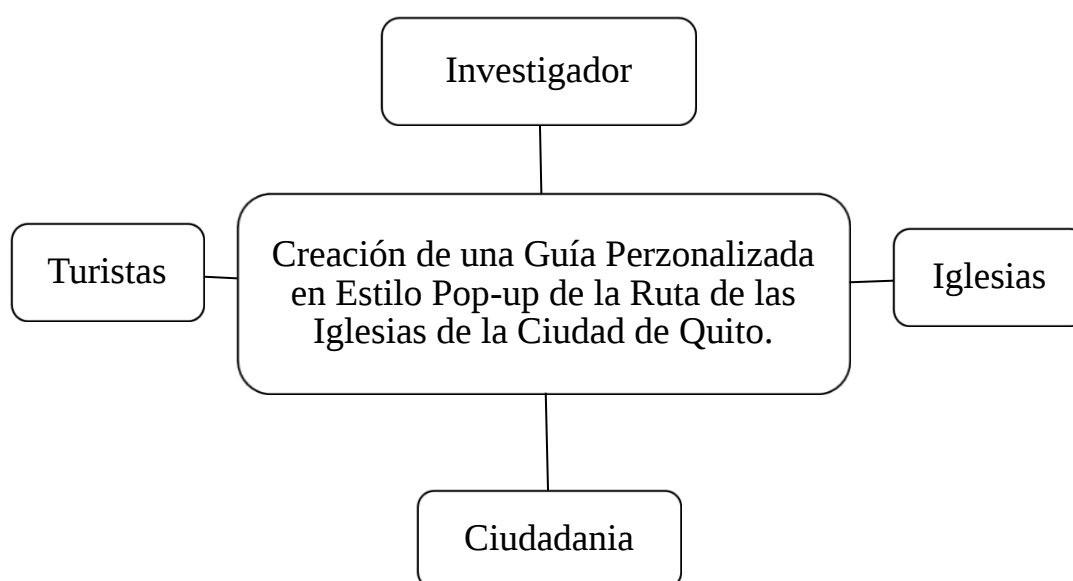


Figura 1. Mapeo de Involucrados

2.02. Matriz de análisis y selección con los involucrados

Tabla 2. Matriz de análisis y selección de involucrados

Actores Involucrados	Interés sobre el problema	Problemas Percibidos	Recursos mandatos y capacidades	Interés sobre el proyecto	Conflictos potenciales
Investigador	Generar nuevos estilos de guías para la ciudadanía y turistas	Deficientes métodos de la correcta aplicación Del estilo	Financieros Social Tecnológicos Humanos Técnicos Creativo Intelectual.	Fomentar nuevos estilos de guías para incrementar el turismo	Generar una mala aplicación en las guías
Ciudadanía	Implementación de nuevos estilos en el mercado de guías para los turistas y la ciudadanía	Escaso acogimiento en la aplicación de nuevos estilos en guías turísticas	Informativos Sociales	Incrementar el turismo en las zonas turísticas	Desinterés por parte de la ciudadanía por la aplicación de nuevos estilos en guías turísticas
Iglesias	Promover el desarrollo del proyecto y la implementación de nuevas guías turísticas	Desconocimiento del nuevo estilo de las guías turísticas	Patentes, marcas y derechos.	Incrementar el uso de material editorial interactivos para la ciudadanía y los turistas	Desaprobación del proyecto
Turistas	Nuevas tendencias en estilos de guías turísticas	Desinformación del estilo pop-up	Humanos Social	Incrementar el uso de material interactivo	Uso incorrecto de material didáctico para los turistas

CAPÍTULO III

Problemas y Objetivos

3.01. Árbol de Problemas

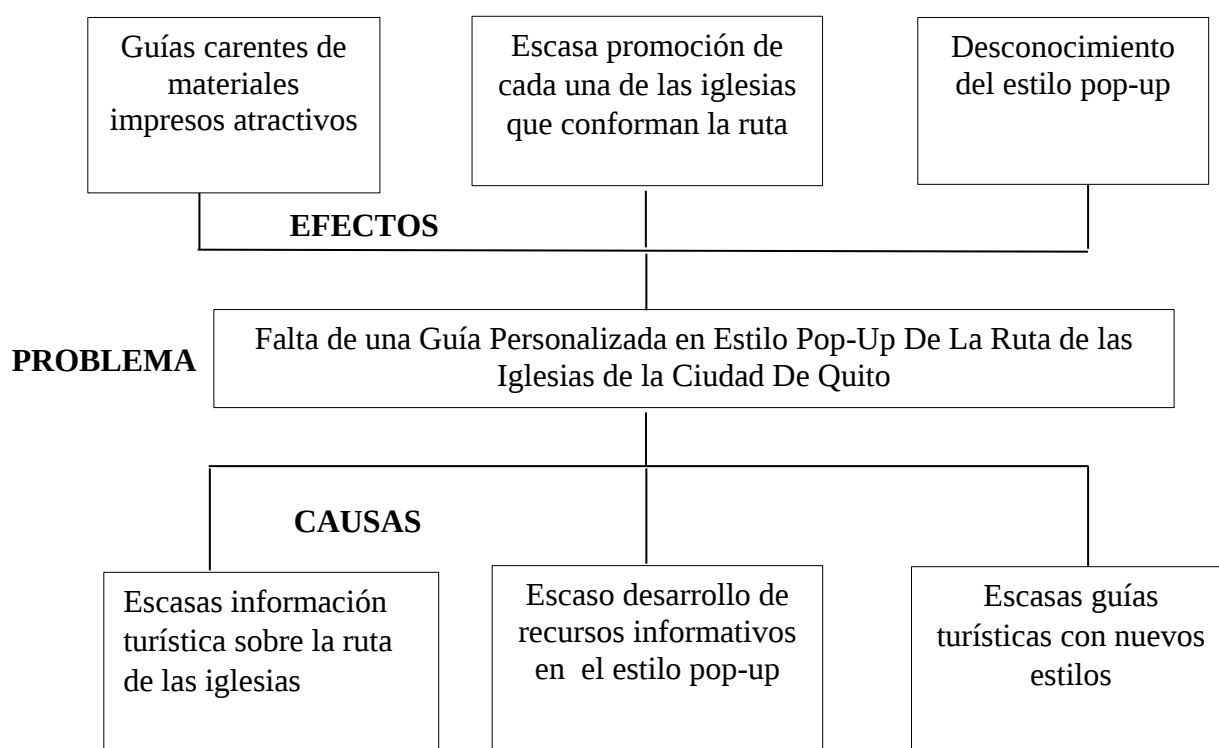


Figura 2. Árbol de Problemas

3.02. Árbol de Objetivo

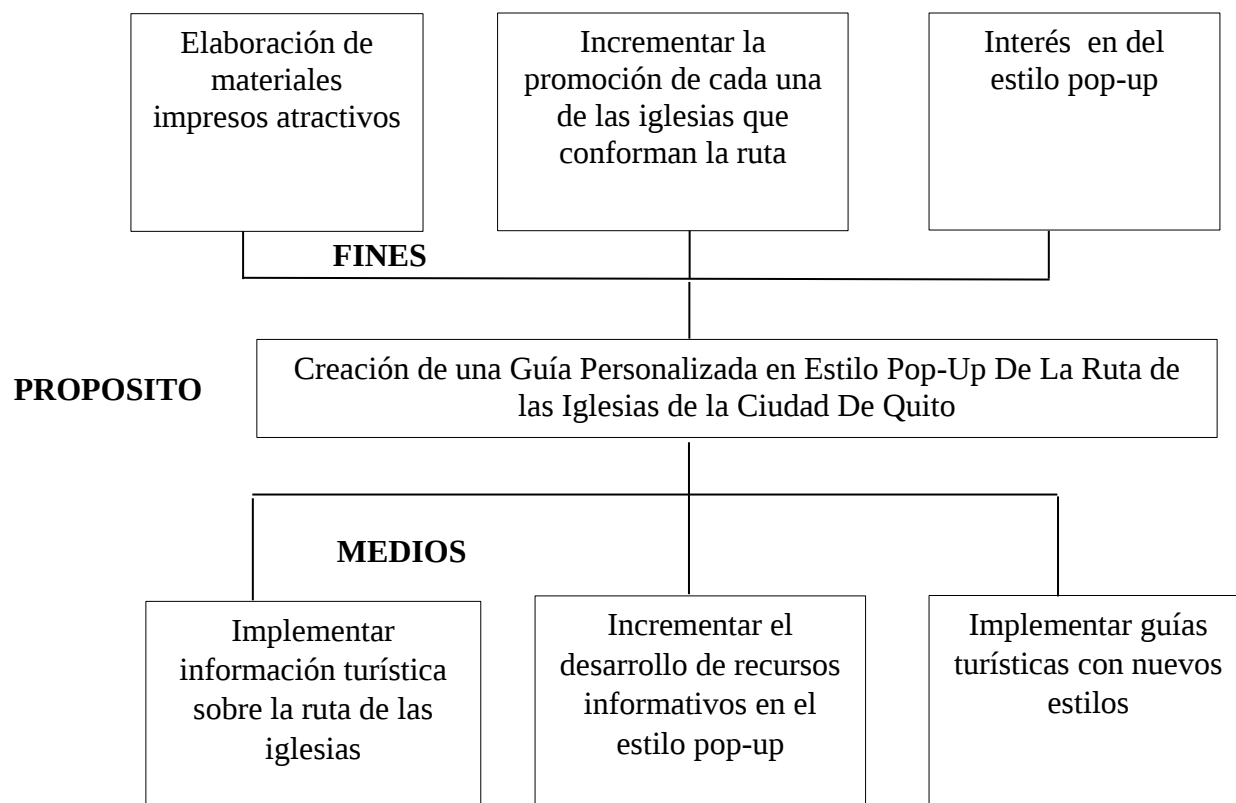


Figura 3. Árbol Objetivos

CAPÍTULO IV

Análisis de Alternativas

4.01. Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones

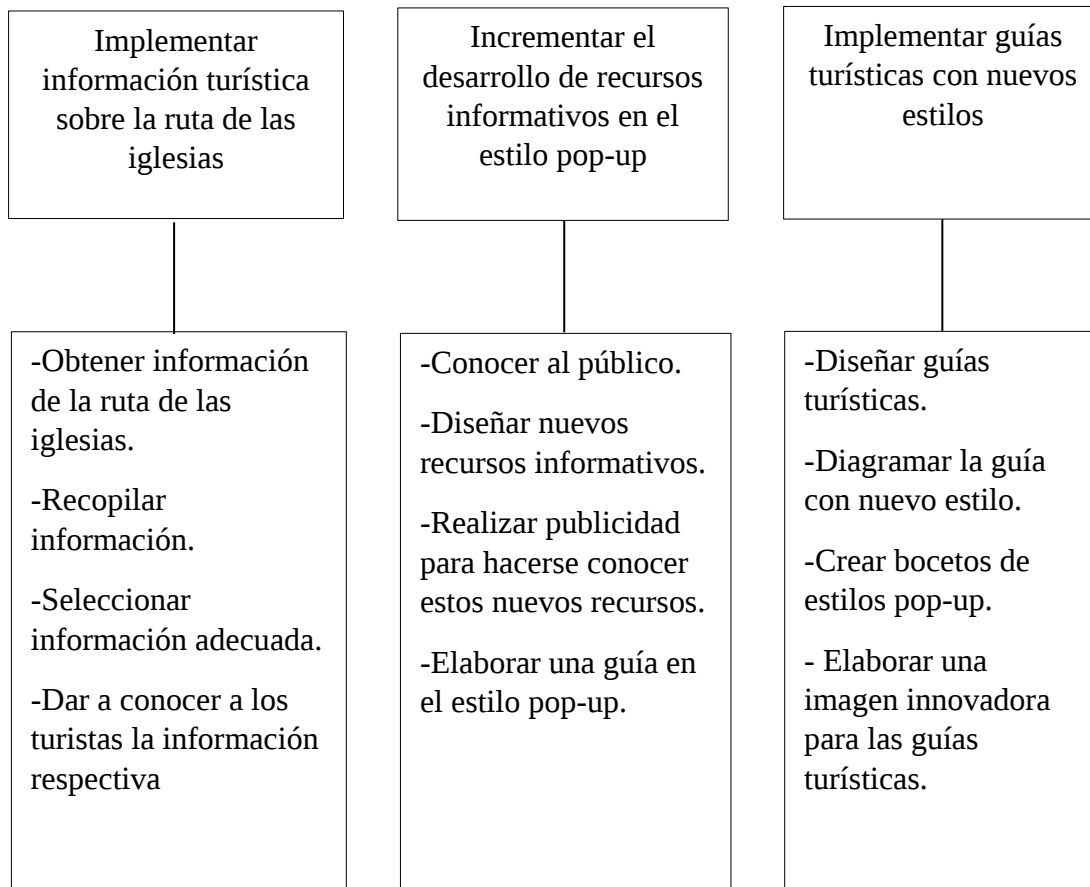


Figura 4. Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones

4.01.01. Tamaño del Proyecto

La implementación del Proyecto tiene lugar en Ecuador, en la Ciudad de Quito, la misma que según datos estadísticos de Quito turismo, turistas internacionales visitan la capital del ecuador comprobando mensual y anual la 706.848 en el año 2015

Llegadas internacionales de turistas no residentes, período 2007 - 2015

Periodo	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015 1/	Promedio 2007 - 2014
ene	29.447	34.991	35.904	38.603	37.463	37.773	46.137	51.688	58.224	39.001
feb	29.249	46.490	32.995	39.843	35.978	35.654	43.174	53.622	53.321	39.626
mar	32.536	36.805	34.242	38.029	39.415	40.663	49.027	51.748	59.393	40.308
abr	26.929	31.105	33.161	31.598	35.949	36.524	41.634	49.570	53.854	35.809
may	28.526	35.598	32.773	37.116	38.023	40.720	48.103	52.174	56.638	39.129
jun	41.105	45.584	46.796	46.093	47.844	54.166	61.054	58.795	67.138	50.180
jul	49.933	50.484	50.069	49.766	51.152	56.168	64.119	71.099	73.006	55.349
ago	42.244	43.576	44.378	42.481	43.036	46.212	52.709	57.790	52.994	46.553
sep	31.407	34.318	33.494	33.003	34.628	39.747	49.386	55.854	51.643	38.980
oct	33.891	36.977	35.959	38.298	38.582	44.864	52.967	59.469	56.449	42.626
nov 1/	35.806	38.290	38.401	38.171	41.073	46.422	56.261	63.257	55.313	44.713
dic	36.780	37.281	43.693	41.220	44.235	54.545	64.359	77.949	68.875	50.009
ene-dic	417.853	471.499	461.865	474.221	487.378	533.458	628.930	703.015	706.848	522.281
ene-oct y dic	382.047	433.209	423.464	436.050	446.305	487.036	572.669	639.758	651.535	477.568

Imagen 1: Datos recibidos por Quito Turismo

En el siguiente cuadro se presenta la muestra referente a la población a la que va dirigido el Proyecto.

Población	Nomenclatura
$\frac{N * p * q * z^2}{(N - 1)e^2 + p * q * z^2}$	n= tamaño de la muestra
$\frac{706.848 * 0,5 * 0,5 * 1,96^2}{(706.848 - 1)0,05^2 + 0,5 * 0,5 * 1,96^2}$	N= tamaño de la población
Muestra	E=error máximo admisible (5%)
n=384	p= probabilidad de éxito (50%)
	q= probabilidad de fracaso (50%)
	z= distribución, norma de estadística NC (95%)

4.01.02 Localidad del Proyecto

Quito, oficialmente San Francisco de Quito, es la capital política de la República de Ecuador, la más antigua de Sudamérica y de la Provincia de Pichincha, es la segunda ciudad más grande y la segunda en población; cuenta con 1 607 734 habitantes (parroquias urbanas) y 2 239 191 habitantes en todo el Distrito Metropolitano, por lo que es la segunda ciudad más poblada del Ecuador. Además es la cabecera cantonal o distrital del Distrito Metropolitano de Quito y actualmente es considerada la capital económica del país.

Límites Geográficos

Norte: Provincia de Imbabura. Sur: Cantones Rumiñahui y Mejía.

Este: Cantones Pedro Moncayo y Provincia de Napo.

Oeste: Cantón Pedro Vicente Maldonado, Los Bancos y la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.



Imagen 2: Captura de pantalla de localización del Proyecto

Fuente: Google Map

4.01.03. Análisis Ambiental

El Medio Ambiente tiene que tomarse en cuenta como un factor más en el desarrollo de un proyecto.

El análisis ambiental ayuda a conocer las consecuencias ambientales del proyecto, para así poder tomar medidas que eliminen, minimicen o compensen los impactos adversos.

El objetivo del análisis ambiental es certificar, que el proceso y las opciones de desarrollo del proyecto sean ambientalmente apropiados y sustentables.

Impacto positivo: Para la elaboración de la guía turística y la publicidad se procederá a realizar impresiones en papel ecológico y biodegradable y a la vez fomentar el reciclaje para reducir el daño ambiental.

4.02. Matriz de análisis de impacto de los objetivos

Tabla 3. Matriz de análisis de impacto de los objetivos

Ponderaciones:

Alta: 21-25

Media: 16-20

Baja: menos de 15

Objetivos	Impacto Sobre el propósito	Factibilidad Técnica	Factibilidad financiera	Factibilidad social	Factibilidad política	Total	Categoría
Implementar información turística sobre la ruta de las iglesias	5	3	3	4	4	19	Media
Incrementar el desarrollo de recursos informativos en el estilo pop-up	5	4	4	4	4	21	Alta
Implementar guías turísticas con nuevos estilos	5	4	3	4	4	20	Media

En la tabla que antecede encontramos la siguiente calificación: 21-25 = Alta, 16-20 = Media, -15 = Baja. Que nos muestra el impacto actual que tendrá cada uno de nuestros objetivos una vez que hayamos ejecutado el proyecto.

4.03. Diagrama de Estrategias

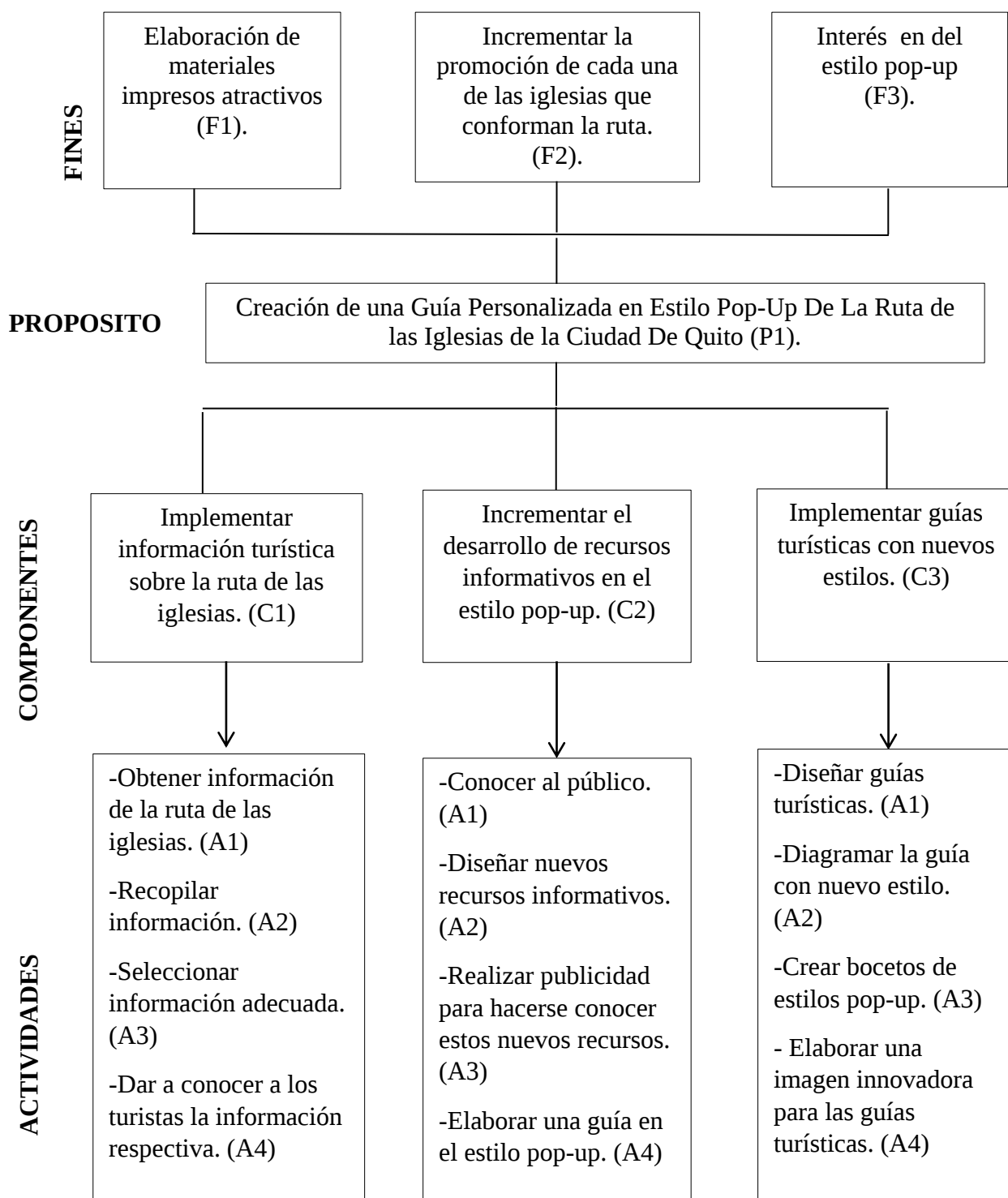


Figura 5. Diagrama de Estrategias

4.04. Construcción de la Matriz de Marco Lógico

4.04.01. Revisión de los Criterios para los Indicadores

Tabla 4. Revisión de los criterios para los indicadores

N	Resumen Narrativo	Indicador	META				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	G.Social
Finalidades	Elaboración de materiales impresos atractivos (F1).	Se debe elaborar un 100% del material atractivo para los turistas	1	Alto	6 meses	Quito	Turistas Nacionales y Extranjeros
	Incrementar la promoción de cada una de las iglesias que conforman la ruta. (F2).	El grupo encuestado en un 90% establece más promoción por la ruta de las iglesias	345	Alto	6 meses	Quito	Turistas Nacionales y Extranjeros
	Interés en del estilo pop-up (F3).	Interés de los turistas en un 95% en la realización del pop-up de las iglesias	364	Alto	6 meses	Quito	Turistas Nacionales y Extranjeros
Propósito	Creación de una Guía Personalizada en Estilo Pop-Up De La Ruta de las Iglesias de la Ciudad De Quito (P1).	Existe interés por los turistas en un 95% en la realización de nuevas guías atractivas	364	Alto	6 meses	Quito	Turistas Nacionales y Extranjeros

Componentes	Implementar información turística sobre la ruta de las iglesias. (C1)	El 90% de la ciudadanía determina que es importante implementar más información	1	Alto	6 meses	Quito	Turistas Nacionales y Extranjeros
	Incrementar el desarrollo de recursos informativos en el estilo pop-up. (C2)	El grupo encuestado en un 95% establece desarrollar material innovador	364	Alto	6 meses	Quito	Turistas Nacionales y Extranjeros
	Implementar guías turísticas con nuevos estilos. (C3)	El 95% de los encuestados determina que es importante crear nuevas guías turísticas	364	Alto	6 meses	Quito	Turistas Nacionales y Extranjeros
Actividades	Obtener información de la ruta de las iglesias. (A1)	Se debe obtener información correcta para conocer más acerca de las iglesias	1	Alto	6 meses	Quito	Turistas Nacionales y Extranjeros
	Recopilar información. (A2)	Se debe recopilar información necesaria para la realización correcta	1	Alto	6 meses	Quito	Turistas Nacionales y Extranjeros

	Seleccionar información adecuada. (A3)	El 95% determina que la guía debe contener información actualizada	364	Alto	6 meses	Quito	Turistas Nacionales y Extranjeros
	Dar a conocer a los turistas la información respectiva. (A4)	Llegar a los turistas con información verídica	384	Alto	6 meses	Quito	Turistas Nacionales y Extranjeros
	Conocer al público. (A1)	Es esencial conocer al grupo objetivo antes de desarrollar el medio impreso	1	Alto	6 meses	Quito	Turistas Nacionales y Extranjeros
	Diseñar nuevos recursos informativos. (A2)	El 90% determina que debe existir nuevos recursos informativos para los turistas	345	Alto	6 meses	Quito	Turistas Nacionales y Extranjeros
	Realizar publicidad para hacerse conocer estos nuevos recursos. (A3)	La publicidad genera un 95% para que conozcan nuevos modelos en guías turísticas	1	Alto	6 meses	Quito	Turistas Nacionales y Extranjeros

Actividades	Elaborar una guía en el estilo pop-up. (A4)	El 90% está de acuerdo que se debe realizar en estilo pop-up	345	Alto	6 meses	Quito	Turistas Nacionales y Extranjeros
	Diseñar guías turísticas. (A1)	El 90% está de acuerdo que se debe diseñar guías turísticas	1	Alto	6 meses	Quito	Turistas Nacionales y Extranjeros
	Diagramar la guía con nuevo estilo. (A2)	La diagramación es primordial para que la guía contenga estética y funcionalidad	1	Alto	6 meses	Quito	Turistas Nacionales y Extranjeros
	Crear bocetos de estilos pop-up. (A3)	Previamente se debe crear bocetos.	3	Alto	6 meses	Quito	Turistas Nacionales y Extranjeros
	Elaborar una imagen innovadora para las guías turísticas. (A4)	En un 95% está de acuerdo que se debe realizar una imagen innovadora para guías turísticas.	364	Alto	6 meses	Quito	Turistas Nacionales y Extranjeros

4.04.02. Selección de Indicadores

Tabla 5. Selección de Indicadores

N	Resumen Narrativo	Indicador	Clasificación de Indicadores					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
Finalidades	Elaboración de materiales impresos atractivos (F1).	Se debe elaborar un 95% material atractivos para los turistas	X	X		X	X	4	Alto
	Incrementar la promoción de cada una de las iglesias que conforman la ruta. (F2).	El grupo encuestado en un 90% establece más promoción por la ruta de las iglesias	X	X		X	X	4	Alto
	Interés en del estilo pop-up (F3).	Interés de los turistas en un 95% en la realización del pop-up de las iglesias	X			X	X	3	Alto
Propósito	Creación de una Guía Personalizada en Estilo Pop-Up De La Ruta de las Iglesias de la Ciudad De Quito (P1).	Existe interés por los turistas en un 95% en la realización de nuevas guías atractivas	X	X		X	X	4	Alto

Componentes	Implementar información turística sobre la ruta de las iglesias. (C1)	El 90% de la ciudadanía determina que es importante implementar más información	X	X		X	X	4	Alto
	Incrementar el desarrollo de recursos informativos en el estilo pop-up. (C2)	El grupo encuestado en un 95% establece desarrollar material innovador	X	X		X	X		
	Implementar guías turísticas con nuevos estilos. (C3)	El 95% de los encuestados determina que es importante crear nuevas guías turísticas	X			X	X	3	Alto
Actividades	Obtener información de la ruta de las iglesias. (A1)	Se debe obtener información correcta para conocer mas	X	X		X	X	4	Alto
	Recopilar información. (A2)	Se debe recopilar información necesaria para la realización correcta	X	X		X	X	4	Alto
	Seleccionar información adecuada. (A3)	El 95% determina que la guía debe contener información actualizada	X	X		X	X	4	Alto

	Dar a conocer a los turistas la información respectiva. (A4)	Llegar a los turistas con información verídica	X	X	X	X	X	5	Alto
	Conocer al público. (A1)	Es esencial conocer al grupo objetivo antes de desarrollar el medio impreso	X	X		X	X	4	Alto
	Diseñar nuevos recursos informativos. (A2)	El 90% determina que debe existir nuevos recursos informativos para los turistas	X			X	X	3	Alto
	Realizar publicidad para hacerse conocer estos nuevos recursos. (A3)	La publicidad genera un 95% para que conozcan estos nuevos recursos en guías	X	X	X	X	X	5	alto
	Elaborar una guía en el estilo pop-up. (A4)	El 90% está de acuerdo que se debe realizar en estilo pop-up	X	X	X	X	X	5	Alto
	Diseñar guías turísticas. (A1)	El 90% está de acuerdo que se debe diseñar guías turísticas	X	X		X	X	4	Alto

	Diagramar la guía con nuevo estilo. (A2)	La diagramación es primordial para que la guía contenga estética y funcionalidad	X	X		X	X	4	Alto
	Crear bocetos de estilos pop-up. (A3)	Previamente se debe crear bocetos.	X	X		X	X	4	Alto
	Elaborar una imagen innovadora para las guías turísticas. (A4)	En un 95% está de acuerdo que se debe realizar una imagen innovadora para guías turísticas.	X	X	X	X	X	5	Alto

En la clasificación de indicadores se marcó según la siguiente nomenclatura: A = Es clara, B = Existe información disponible, C = Es tangible y se puede observar, D = La tarea de recolectar datos está al alcance y no requiere de expertos y E = Si es representativo para nuestro estudio. Por otro lado para la selección se ha utilizado los siguientes valores: 4 y 5 = alta, 2 y 3 = media y 0 y 1 = baja

4.04.03. Medios de Verificación

Tabla 6. Medios de Verificación

N	Resumen Narrativo	Indicador	MEDIOS DE VERIFICACIÓN				
			Fuente de Información	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia de Recolección	R
Finalidades	Elaboración de materiales impresos atractivos (F1).	Se debe elaborar un 95% material atractivos para los turistas	Primaria	Encuesta	Cuantitativo	6 mese	I.
	Incrementar la promoción de cada una de las iglesias que conforman la ruta. (F2).	El grupo encuestado en un 90% establece más promoción por la ruta de las iglesias	Primaria	Encuesta	Cuantitativo	6 mese	I.
	Interés en del estilo pop-up (F3).	Interés de los turistas en un 95% en la realización del pop-up de las iglesias	Secundaria	Encuesta	Cuantitativo	6 mese	I.
Propósito	Creación de una Guía Personalizada en Estilo Pop-Up De La Ruta de las Iglesias de la Ciudad De Quito (P1).	Existe interés por los turistas en un 95% en la realización de nuevas guías atractivas	Primaria	Encuesta	Cuantitativo	6 mese	I.

Componentes	Implementar información turística sobre la ruta de las iglesias. (C1)	El 90% de la ciudadanía determina que es importante implementar más información	Secundaria	Encuesta	Cuantitativo	6 mese	I.
	Incrementar el desarrollo de recursos informativos en el estilo pop-up. (C2)	El grupo encuestado en un 95% establece desarrollar material innovador	Primaria	Encuesta	Cuantitativo	6 mese	I.
	Implementar guías turísticas con nuevos estilos. (C3)	El 95% de los encuestados determina que es importante crear nuevas guías turísticas	Primaria	Encuesta	Cuantitativo	6 mese	I.
Actividades	Obtener información de la ruta de las iglesias. (A1)	Se debe obtener información correcta para conocer mas	Secundaria	Encuesta	Cuantitativo	6 mese	I.
	Recopilar información. (A2)	Se debe recopilar información necesaria para la realización correcta	Secundaria	Observación	Cualitativa	6 mese	I.

	Seleccionar información adecuada. (A3)	El 95% determina que la guía debe contener información actualizada	Secundaria	Encuesta	Cuantitativo	6 mese	I.
	Dar a conocer a los turistas la información respectiva. (A4)	Llegar a los turistas con información verídica	Secundaria	Encuesta	Cuantitativo	6 mese	I.
	Conocer al público. (A1)	Es esencial conocer al grupo objetivo antes de desarrollar el medio impreso	Secundaria	Observación	Cualitativa	6 mese	I.
	Diseñar nuevos recursos informativos. (A2)	El 90% determina que debe existir nuevos recursos informativos para los turistas	Secundaria	Encuesta	Cuantitativo	6 mese	I.
	Realizar publicidad para hacerse conocer estos nuevos recursos. (A3)	La publicidad genera un 95% para que conozcan estos nuevos recursos en guía.	Primaria	Encuesta	Cuantitativo	6 mese	I.

	Elaborar una guía en el estilo pop-up. (A4)	El 90% está de acuerdo que se debe realizar en estilo pop-up	Primaria	Encuesta	Cuantitativo	6 mese	I.
	Diseñar guías turísticas. (A1)	El 90% está de acuerdo que se debe diseñar guías turísticas	Primaria	Encuesta	Cuantitativo	6 mese	I.
	Diagramar la guía con nuevo estilo. (A2)	La diagramación es primordial para que la guía contenga estética y funcionalidad	Secundaria	Observación	Cualitativa	6 mese	I.
	Crear bocetos de estilos pop-up. (A3)	Previamente se debe crear bocetos.	Secundaria	Observación	Cualitativa	6 mese	I.
	Elaborar una imagen innovadora para las guías turísticas. (A4)	En un 95% está de acuerdo que se debe realizar una imagen innovadora para guías turísticas.	Primaria	Encuesta	Cuantitativo	6 mese	I.

4.04.04. Supuestos

Tabla 7. Supuestos

N	Resumen Narrativo	Supuestos	FACTOR DE RIESGO				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Finalidades	Elaboración de materiales impresos atractivos (F1).	Material impreso poco atractivo para los turistas.	X	X	X	X	X
	Incrementar la promoción de cada una de las iglesias que conforman la ruta. (F2).	Mala promoción de las iglesias que conforman la ruta	X	X	X		X
	Interés en del estilo pop-up (F3).	Desinterés en los turistas por nuevo estilo en guías turísticas	X		X		X
Propósito	Creación de una Guía Personalizada en Estilo Pop-Up De La Ruta de las Iglesias de la Ciudad De Quito (P1).	Inadecuadas técnicas para la creación de la guía turística	X	X	X	X	X
Componentes	Implementar información turística sobre la ruta de las iglesias. (C1)	Escasos recursos informativos	X	X	X		X

	Incrementar el desarrollo de recursos informativos en el estilo pop-up. (C2)	Poco funcionalidad de recursos informativos en estilo pop-up	X	X	X		X
	Implementar guías turísticas con nuevos estilos. (C3)	Mala acogida de los turistas	X	X	X		X
Actividades	Obtener información de la ruta de las iglesias. (A1)	Información incoherente de las iglesias que conforman la ruta		X	X		X
	Recopilar información. (A2)	Información inapropiada	X	X	X		X
	Seleccionar información adecuada. (A3)	Información desactualizada	X	X	X		X
	Dar a conocer a los turistas la información respectiva. (A4)	Información poco entendible Para los turistas	X		X		X
	Conocer al público. (A1)	Ignorar conocimientos sobre el público	X	X	X		X

	Diseñar nuevos recursos informativos. (A2)	Recursos pocos atractivos para los turistas.	X	X	X		X
	Realizar publicidad para hacerse conocer estos nuevos recursos. (A3)	Diseño inadecuado para lograr que conozcan nuevos estilos	X	X	X	X	X
	Elaborar una guía en el estilo pop-up. (A4)	Poco funcionalidad en guías en estilo pop-up	X	X	X	X	X
	Diseñar guías turísticas. (A1)	Diseños poco atractivos	X	X	X		X
	Diagramar la guía con nuevo estilo. (A2)	Incorrecta diagramación	X	X	X		X
	Crear bocetos de estilos pop-up. (A3)	Elaboración de bocetos poco atractivos para los turistas	X	X	X	X	X
	Elaborar una imagen innovadora para las guías turísticas. (A4)	Desaprobación del diseño por parte de los turistas	X	X	X	X	X

4.04.05. Matriz Marco Lógico

Tabla 8. Matriz Marco Lógico

RESUMEN NARRATIVO	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
Fines	Se debe elaborar un 95% material atractivos para los turistas	Primaria Encuesta Cuantitativo	Material impreso poco atractivo para los turistas.
	El grupo encuestado en un 90% establece más promoción por la ruta de las iglesias	Primaria Encuesta Cuantitativo	Mala promoción de las iglesias que conforman la ruta
	Interés de los turistas en un 95% en la realización del pop-up de las iglesias	Secundario Encuestas Cuantitativo	Desinterés en los turistas por nuevo estilo en guías turísticas
Propósito	Existe interés por los turistas en un 95% en la realización de nuevas guías atractivas	Primaria Encuesta Cuantitativo	Inadecuadas técnicas para la creación de la guía turística
Componentes	El 90% de la ciudadanía determina que es importante implementar más información	Secundario Encuestas Cuantitativo	Escasos recursos informativos
	El grupo encuestado en un 95% establece desarrollar material innovador	Primaria Encuesta Cuantitativo	Poco funcionalidad de recursos informativos en estilo pop-up
	El 95% de los encuestados determina que es importante crear nuevas guías turísticas.	Primaria Encuesta Cuantitativo	Mala acogida de los turistas

Actividades	Se debe obtener información correcta para conocer mas	Secundario Encuestas Cualitativo	Información incoherente de las iglesias que conforman la ruta
	Se debe recopilar información necesaria para la realización correcta	Secundario Observación Cualitativo	Información inapropiada
	El 95% determina que la guía debe contener información actualizada	Secundario Encuestas Cuantitativo	Información desactualizada
	Llegar a los turistas con información verídica	Secundario Encuestas Cuantitativo	Información poco entendible Para los turistas
	Es esencial conocer al grupo objetivo antes de desarrollar el medio impreso	Secundario Observación Cualitativo	Ignorar conocimientos sobre el publico
	El 90% determina que debe existir nuevos recursos informativos para los turistas	Secundario Encuestas Cuantitativo	Recursos pocos atractivos para los turistas.
	La publicidad genera un 95% para que conozcan estos nuevos recursos en guías	Primaria Encuesta Cuantitativo	Diseño inadecuado para lograr que conozcan nuevos estilos
	El 90% está de acuerdo que se debe realizar en estilo pop-up	Primaria Encuesta Cuantitativo	Poco funcionalidad en guías en estilo pop--up

	El 90% está de acuerdo que se debe diseñar guías turísticas	Primaria Encuesta Cuantitativo	Diseños poco atractivos
	La diagramación es primordial para que la guía contenga estética y funcionalidad	Secundario Observación Cualitativo	Incorrecta diagramación
	Previamente se debe crear bocetos.	Secundario Observación Cualitativo	Elaboración de bocetos poco atractivos para los turistas
	En un 95% está de acuerdo que se debe realizar una imagen innovadora para guías turísticas.	Primaria Encuesta Cuantitativo	Desaprobación del diseño por parte de los turistas

CAPÍTULO V

La Propuesta

5.01. Antecedentes de la herramienta y perfil de la propuesta

5.01.01. Pop-Up

Estos libros requieren de la interacción manual del lector para mostrar toda la información multidimensional lo que le hacen a estos libros entretenidos.

“Los libros pop-up son aquellos que al abrirlos despliegan figuras dinámicas y multidimensionales, se trata de mecanismos que hacen que la figura se levante de la página y pueda ser observada desde diferentes perspectivas. Esto se logra a través de diferentes técnicas y sus creadores están considerados verdaderos ingenieros o arquitectos del papel. El producto suele ser una fuente inagotable de placer visual, artístico y lúdico dado que suelen ser tantos los detalles que en cada apertura es posible descubrir algo nuevo.” (cubosdemitorre, 2012)

5.01.02. Interactividad

La interactividad habla sobre la relación entre el usuario y producto editorial en si una relación visual y manipulación con el mismo en forma tridimensional.

“Son libros que contienen figuras tridimensionales en papel. Son libros mágicos con magníficas estructuras y mecanismos que tienen efectos de movimiento y profundidad en las imágenes, y pueden desplegarse y plegarse nuevamente. También se pueden aplicar las técnicas pop-up a tarjetas y otros objetos.” (quintoidna.blogspot, 2015)

5.01.03. Mecanismos

El mecanismo del pop up es importa para conocer el estilo, complejidad que tiene cada uno de estos tipos de mecanismos para poder realizar y la proponer en el producto editorial.

"Por las características formales de los mecanismos que incluyen para lograr efectos de movimiento, de profundidad o de transformación de imágenes".

(librospopup, 2008)

Solapas: El más sencillo de todos los mecanismos lo constituye una pieza plana que al desdoblarse hacia arriba destapa una ilustración oculta hasta el momento a los ojos del lector.

Imágenes combinadas: En estos libros, las páginas están divididas en dos, tres o más secciones, de manera que puede pasarse una página completa, con todas sus divisiones, y verse una ilustración nueva, o sólo una parte apareciendo un dibujo que es combinación de otros varios.

Ruletas: Un disco giratorio que al darlo vueltas provoca que la imagen que vemos en una ventana de la página, dé paso a la siguiente.

Libros carrusel: Sus pastas se abren 360 grados hasta tocar una contra la otra, construyendo un tiovivo sobre el que ilustraciones y textos se disponen alrededor del eje formado por el canto del libro.

Lengüetas: Muchos libros disponen de imágenes que se ponen en movimiento al tirar, empujar o deslizar una palanca de papel que puede crear movimientos basados en giros producidos por rótulas de metal o de plástico.

Pop-up: La apertura de una página produce la energía necesaria para que una estructura tridimensional auto eréctil se despliegue, volviendo a su condición plana al cerrarse el libro.

5.01.04. Composición

La composición es un orden de los elementos gráficos para que equilibrio, peso y armonía sea satisfactorio, busca satisfacer ciertas necesidades estéticas y prácticas permite ordenar los elementos conceptuales, visuales y técnicos.

“Una composición es una disposición de los elementos gráfico-plásticos para crear un todo satisfactorio que presente un equilibrio” (Pérez, 2012).

5.01.05. Adobe Ilustrador

Es un programa que otorga la facilidad de desarrollar vectores para posterior rellenarlos y poder obtener imágenes, iconos, figuras en excelente calidad.

La aplicación de gráficos vectoriales estándar del sector te permite crear logotipos, iconos, bocetos, tipografías y complejas ilustraciones para cualquier formato: impreso, web, interactivo, vídeo y móvil. (Adobe, 2016)

5.01.06. Adobe Photoshop

Es un programa que permite darle efectivo tratamiento a las imágenes.

La mejor aplicación de edición de imágenes y diseño del mundo constituye la base de casi todos los proyectos creativos. Trabaja en tu ordenador de sobremesa y dispositivos móviles para crear y mejorar fotografías, diseños de aplicaciones web y móviles, arte en 3D, vídeos y mucho más. (Adobe, 2016)

5.01.07. Fotografía

La Fotografía es un arte de obtener imágenes

“La fotografía es una de las artes contemporáneas, que al igual que la pintura, la escultura o la música pretenden ser una forma de expresión del artista para expresar emociones, sentimientos y pensamientos. La fotografía consiste básicamente en una forma de captar un instante único e irrepetible en el tiempo. (Maunier, 2015)

5.02. Descripción de la herramienta

5.02.01. Adobe Ilustrador

Se efectuará a realizar el respectivo logotipo de la guía, suministrar cromática adecuada, elaborar los diseños de portada, contraportada, paginas internas, efectuar la respectiva Publicidad e implementar tipografía legible y adecuada.

5.02.02. Adobe Photoshop

La herramienta de photoshop se va a utilizar para dar cierto mantenimiento a las imágenes, fotos también para el montaje de ciertas fotos y darles mantenimiento para adecua para que se observe en 3D.

5.02.03. Cámara de fotos

Nikon D3100, Cámara Réflex de 14.2 Mp, dicha herramienta será manipula para tomar las fotos de las iglesias que conforman la ruta.

Características de la Cámara Fotográfica:

- ✓ Pixeles efectivos 14,2 Mp
- ✓ Tamaño de sensor 23,1 mm x 15,4

- ✓ Sensibilidad ISO 100-200
- ✓ Calidad de la imagen RAW Alta

5.02.04. Laptop

Para llevar a cabo el presente proyecto es de gran necesidad poder contar con una notebook, en la misma permita desarrollar la parte teórica y esencialmente poder diseñar el producto editorial anheladas las características son:

- ✓ Edición Windows 10Home
- ✓ Procesador AMD A10-5745M APU CON Radeon(tm) HD Graphics 2.10 GHz
- ✓ Memoria RAM 8,00 GB
- ✓ Tipo de Sistema Operativo de 64bits

ENCUESTA

Buenos _____, mi nombre es _____, soy estudiante del ITSCO del sexto nivel de Diseño Gráfico, el objetivo de esta encuesta es comprobar un nuevo estilo de guía turística, le pido de manera más atenta me ayude a realizar esta encuesta que tomará tres minutos. Gracias por su tiempo.

Le pedimos que respondas con calma y cuidado en base a lo que piensas, nos interesa saber tu opinión sincera Gracias.

Indicaciones:

- Lea detenidamente cada pregunta.
- Conteste con una X.
- Marque una sola respuesta

1.- ¿Conoce usted en Centro Histórico de Quito?

Si ☐

No ☐

2.- ¿Tiene conocimiento usted de la Ruta de las Iglesias?

Si ☐

No ☐

3.- ¿Ha realizado este recorrido?

Si ☐

No ☐

4.- ¿Conoce usted que Iglesias conforman este recorrido?

Si ☐

No ☐

5.- ¿Conoces que es un libro móvil o interactivo?

Si ☐

No ☐

6.- ¿Conoce usted que es un libro pop-up?

Si ☐

No ☐

7.- ¿Le gustaría que se cree una guía turística en pop-up?

Si ☐

No ☐

8.- ¿Cree usted que es positivo diseñar una guía turística de la ruta de las iglesias en estilo pop-up?

Si ☐

No ☐

9.- ¿Cree usted que mejorara las guías turísticas con este tipo de estilo pop-up?

Si ☐

No ☐

10.- ¿Cree usted que es un producto innovador para guías turísticas?

Si ☐

No ☐

5.03. Resultado y Análisis de la Encuesta

1.- ¿Conoce usted en Centro Histórico de Quito?

Tabla 9. Análisis 1.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	350	91%
NO	34	9%
TOTAL	384	100%

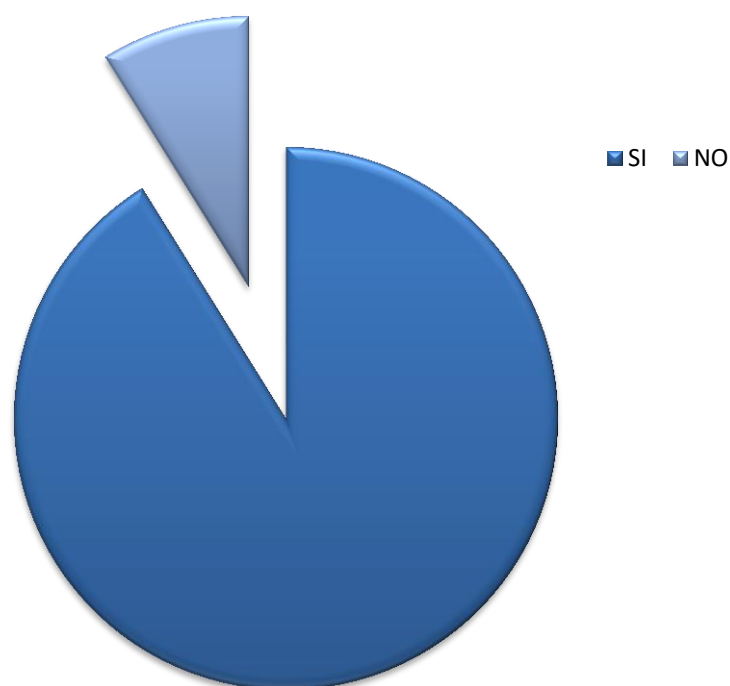


Figura 6. Análisis 2.

La mayoría de las personas encuestadas conocen el Centro Histórico de Quito con un 91%, el restante son turistas extranjeros.

2.- ¿Tiene conocimiento usted de la Ruta de las Iglesias?

Tabla 10. Análisis 2.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	230	60%
NO	154	40%
TOTAL	384	100%



Figura 7. Análisis 2.

De las personas encuestadas un 60% conocen o han escuchado de la ruta de las iglesias, el restante de las personas no conocen la ruta.

3.- ¿Ha realizado este recorrido?

Tabla 11 Análisis 3.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	150	39%
NO	234	61%
TOTAL	384	100%



Figura 8. Análisis 3.

La mayoría de las personas encuestadas no han recorrido la ruta teniendo un resultado del 61% el porcentaje restante si con un 39%.

4.- ¿Conoce usted que Iglesias conforman este recorrido?

Tabla 12. Análisis 4.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	125	33%
NO	259	67%
TOTAL	384	100%



Figura 9. Análisis 4.

De la personas encuestadas un 33% saben o tienen conocimiento de las iglesias que conforma la ruta, mientras el porcentaje restante no lo conoce con un 67% .

5.- ¿Conoces que es un libro móvil o interactivo?

Tabla 13. Análisis 5.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	364	95%
NO	20	5%
TOTAL	384	100%

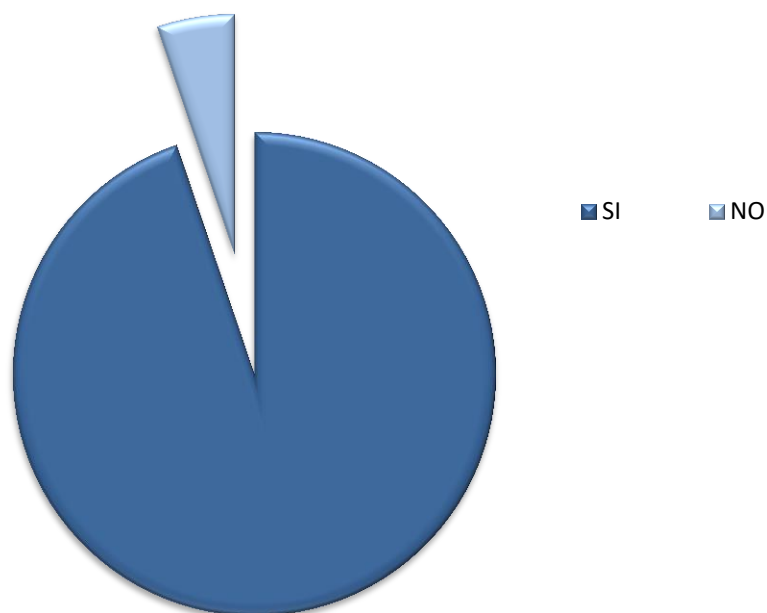


Figura 10. Análisis 5.

La mayoría de las personas encuestadas conocen libros, móviles o interactivos o han visto uno, con un 95%

6.- ¿Conoce usted que es un libro pop-up?

Tabla 14. Análisis 6.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	230	60%
NO	154	40%
TOTAL	384	100%



Figura 11. Análisis 6.

De las personas encuestadas un 60% conocen libros pop up, el restante de las personas no conocen que es el estilo pop-up.

7.- ¿Le gustaría que se cree una guía turística en pop-up?

Tabla 15. Análisis 7.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	364	95%
NO	20	5%
TOTAL	384	100%

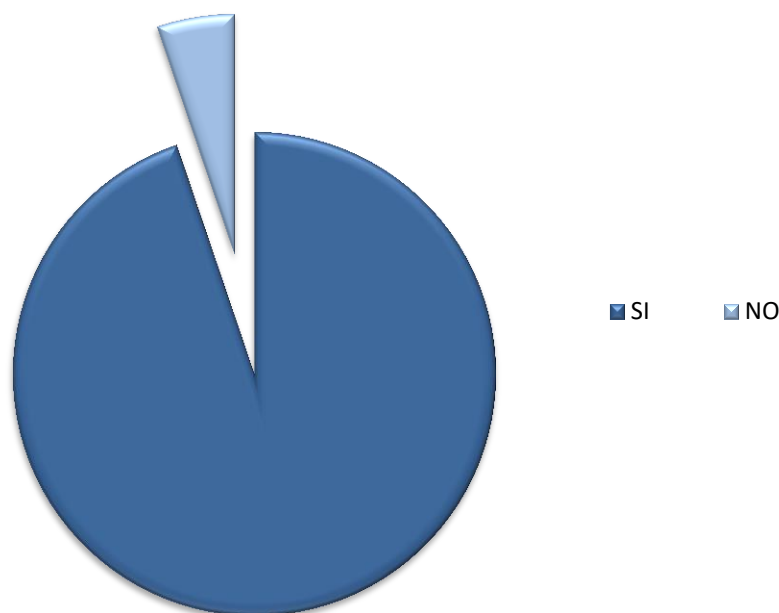


Figura 12. Análisis 7.

La mayoría de las personas encuestadas están de acuerdo en la creación de nuevos recursos turísticos informativos en estilo pop-up, con un 95% de aceptación.

8.- ¿Cree usted que es positivo diseñar una guía turística de la ruta de las iglesias en estilo pop-up?

Tabla 16. Análisis 8.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	364	95%
NO	20	5%
TOTAL	384	100%

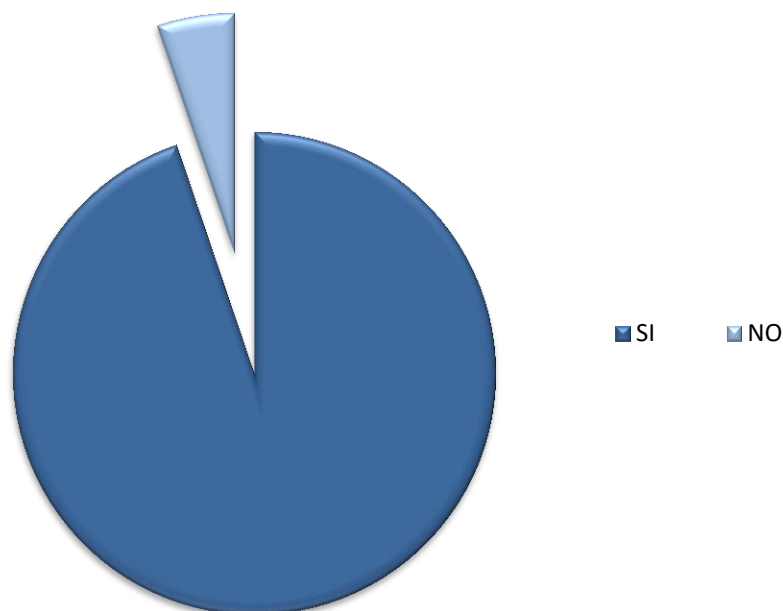


Figura 13. Análisis 8.

La mayoría de las personas encuestadas están de acuerdo apoyando positivamente que se diseñe nuevos recursos turísticos informativos en estilo pop-up, con un 95%.

9.- ¿Cree usted que mejorara las guías turísticas con este tipo de estilo pop-up?

Tabla 17. Análisis 9.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	345	90%
NO	39	10%
TOTAL	384	100%

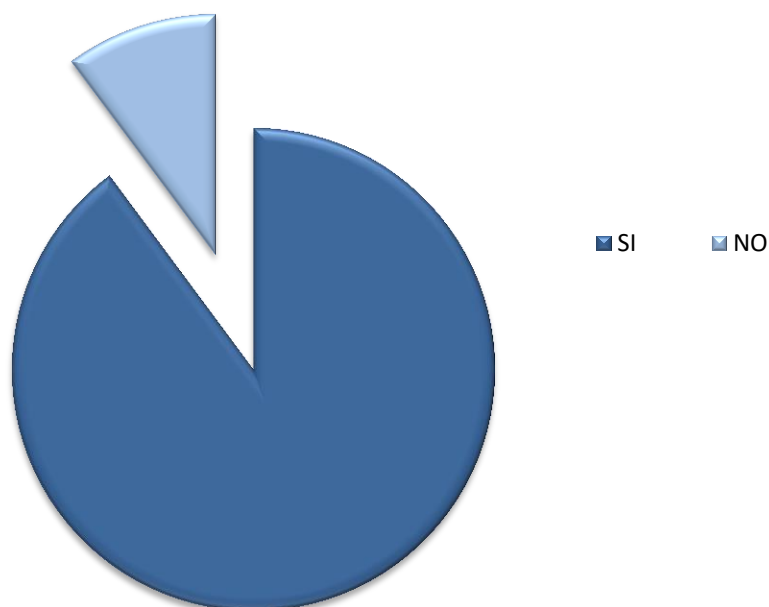


Figura 14. Análisis 9.

La mayoría de las personas encuestadas consideran que es conveniente diseñar nuevos estilos en guías para mejor la calidad de información de los turistas

10.- ¿Cree usted que es un producto innovador para guías turísticas?

Tabla 18. Análisis 10.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	345	90%
NO	39	10%
TOTAL	384	100%

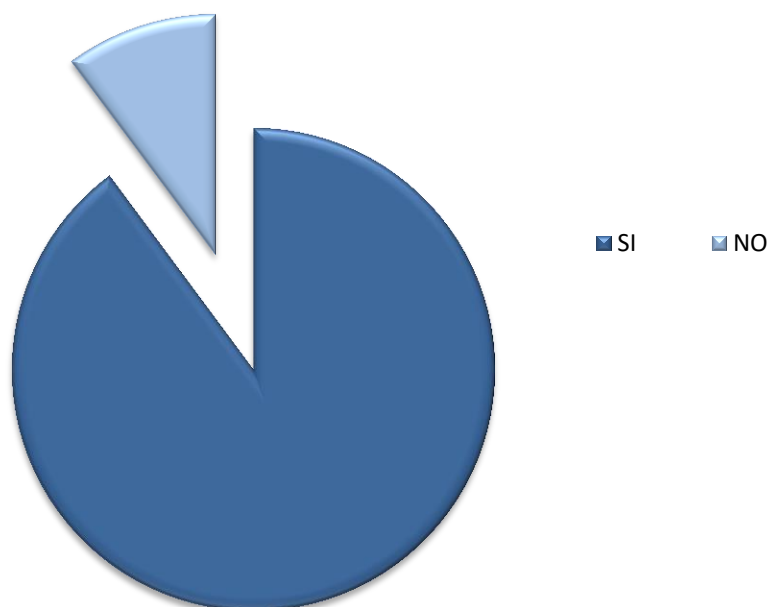


Figura 15. Análisis 10.

De las personas encuestadas un 90% piensan y tienen criterio que es un producto innovador en guías turísticas.

5.04. Formulación del proceso de aplicación

5.04.01. Planificación

La planificación respectivo de la guía turística en estilo pop-up debe ser acorde a la información obtenida, se necesita mantener en cuenta el desarrollo cada uno de los elementos que contendrán la guía, como son : Los diseños de portada y contraportada en su exterior, en su interior diseño de cada una de las 11 iglesias que conforman la ruta y una adecuada maquetación para que sea entendible para el usuario, así mismo mantener una adecuada tipografía y una composición legible y aceptable para el usuario, para lograr un propósito satisfactorio.

5.04.02. Propósito del proyecto

La creación de la propuesta es implementar el diseño de nuevos estilos en guías turísticas pop-up, el propósito es que los turistas interactúen con la misma saliéndonos de las guías convencionales causando un impacto visual, con un diseño divertido logrando que los turistas se sientan a gustos y tengan que llevarse una guía nueva en el mercado.

5.04.03. Tipo de Publicación

Turística – informativa (guía)

5.04.04. Temática

El diseño de la guía turística que conforma la Ruta de la Iglesias en la cual se encontrara fotografías de las iglesias en pop-up.

5.04.05. Formato

La guía turística se realizara en un formato abierto (21,5cm x 32cm) en disposición horizontal

5.04.06. Número de páginas

Tendrá un aproximado de 13 hojas, 26 páginas con una portada y contra porta.

5.05. Desarrollo

En la realización del material editorial se implementa los programas Adobe Ilustrador, Adobe Photoshop.

5.05.01. Mapa de Contenido



Figura 16. Mapa de contenidos.

5.05.02. Índice de Imágenes



Imagen 3: Iglesia Basílica



Imagen 4: Iglesia La Merced



Imagen 5: Iglesia La Concepción

**CREACIÓN DE UNA GUÍA PERZONALIZADA EN ESTILO POP-UP DE LA RUTA
DE LAS IGLESIAS DE LA CIUDAD DE QUITO**



Imagen 6: Iglesia La Catedral



Imagen 7: Iglesia El Sagrario



Imagen 8: Iglesia La Compañía



Imagen 9: Iglesia El Carmen Alto



Imagen 10: Iglesia Santo Domingo



Imagen 11: Iglesia Santa Catalina



Imagen 12: Iglesia San Agustín



Imagen 13: Iglesia San Blas

5.05.03. Estilos

Tabla 19. Estilos

Titular	Letra	Familia
Nexa Bold		Nexa Bold
Mayúsculas	A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W Y Z	
Minúsculas	A b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w y z	
Números	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9	
Símbolos	() ¿ @ ! % = " ' . , ; : \$ &	
Bookman Old Style		Bookman Old Style
Mayúsculas	A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W Y Z	
Minúsculas	A b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w y z	
Números	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9	
Símbolos	() ¿ @ ! % = " ' . , ; : \$ &	
Celtic Garamond the 2nd		Celtic Garamond
Mayúsculas	A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W Y Z	
Minúsculas	A b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w y z	

Números	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9	
Símbolos	() ¡ @ ! % = " " . , ; : \$ &	
<i>Nexa Rust Script LO</i>		<i>Nexa Rust Script LO</i>
Mayúsculas	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	
Minúsculas	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	
Números	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9	
<i>Lobster 1.4</i>		<i>Lobster 1.4</i>
Mayúsculas	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	
Minúsculas	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	
Números	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9	
Símbolos	() ¡ @ ! % = " " . , ; : \$ &	
ChunkFive Roman		ChunkFive Roman
Mayúsculas	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	
Minúsculas	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	
Números	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9	
Símbolos	() ¡ @ ! % = " " . , ; : \$ &	

5.05.04. Página Master o retículas

Retícula master a dos columnas. Formato abierto horizontal 21,5cm x 32cm en disposición horizontal.

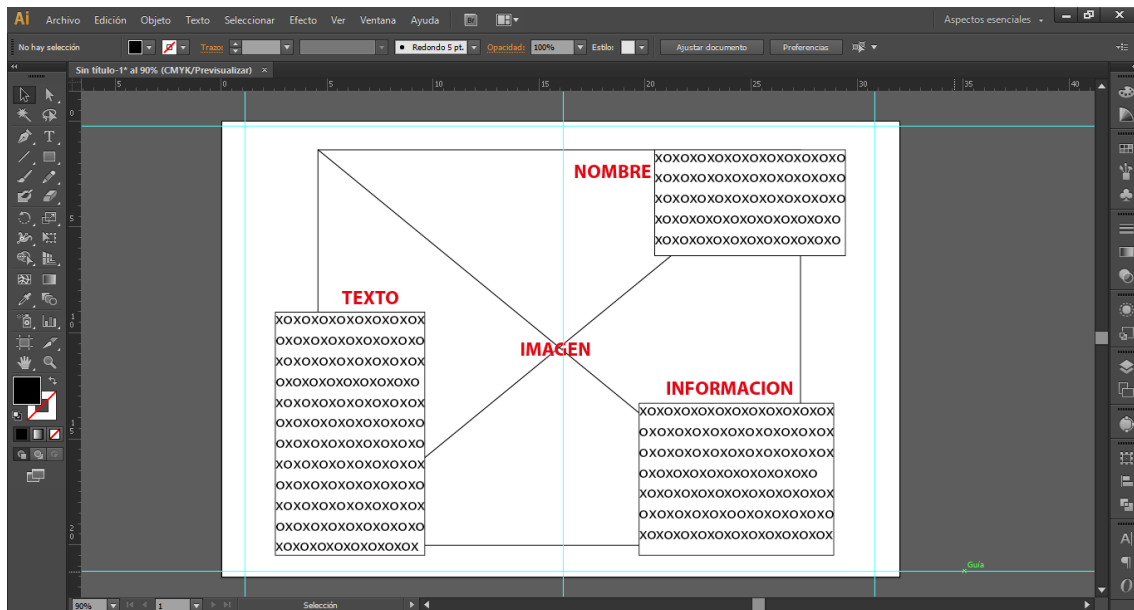


Imagen 14: Retícula Master

5.05.05. Diagramación

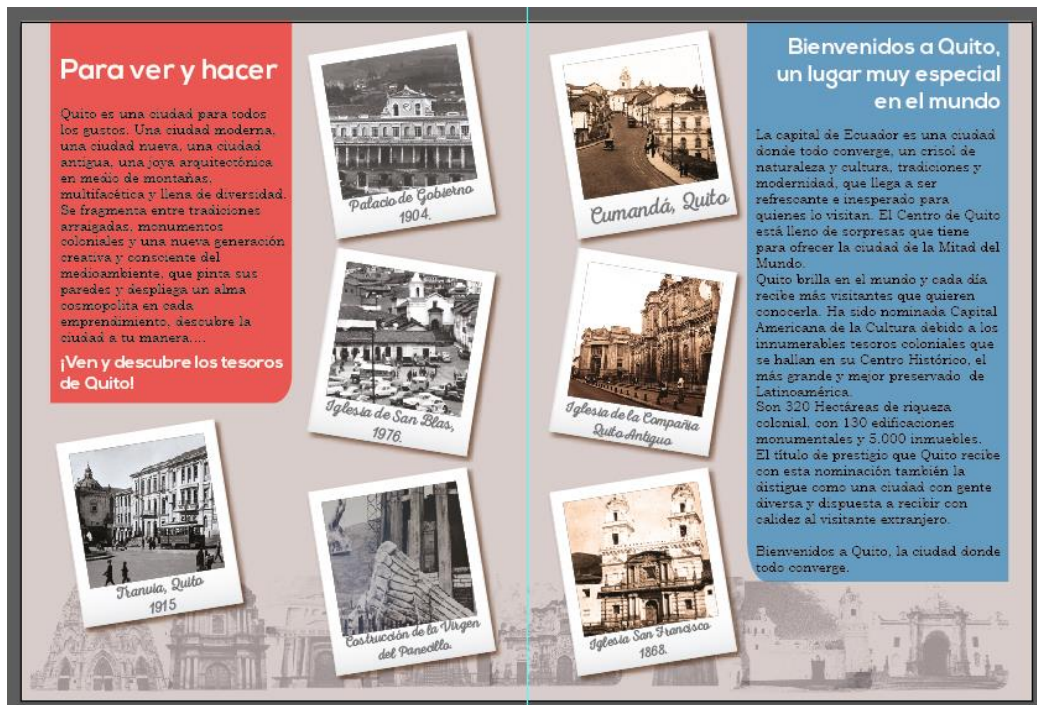


Imagen 15: Diagramación introducción



Imagen 16: Diagramación mapa

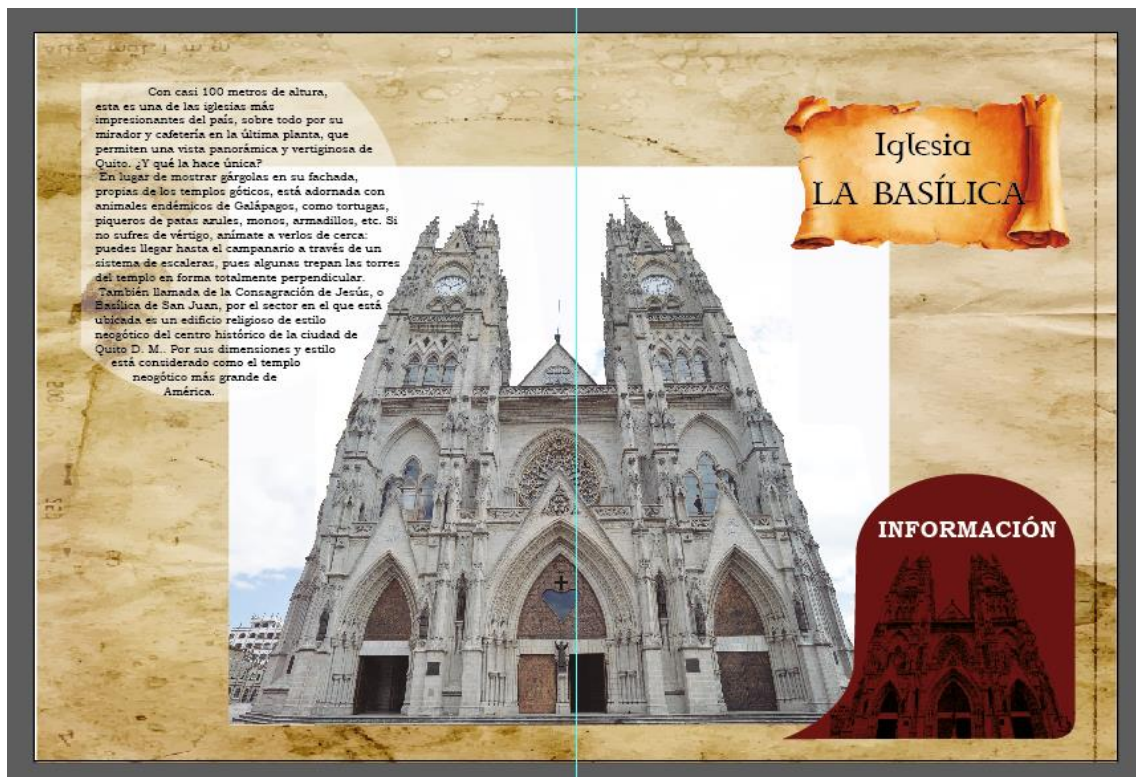


Imagen 17: Diagramación 1

CREACIÓN DE UNA GUÍA PERZONALIZADA EN ESTILO POP-UP DE LA RUTA DE LAS IGLESIAS DE LA CIUDAD DE QUITO

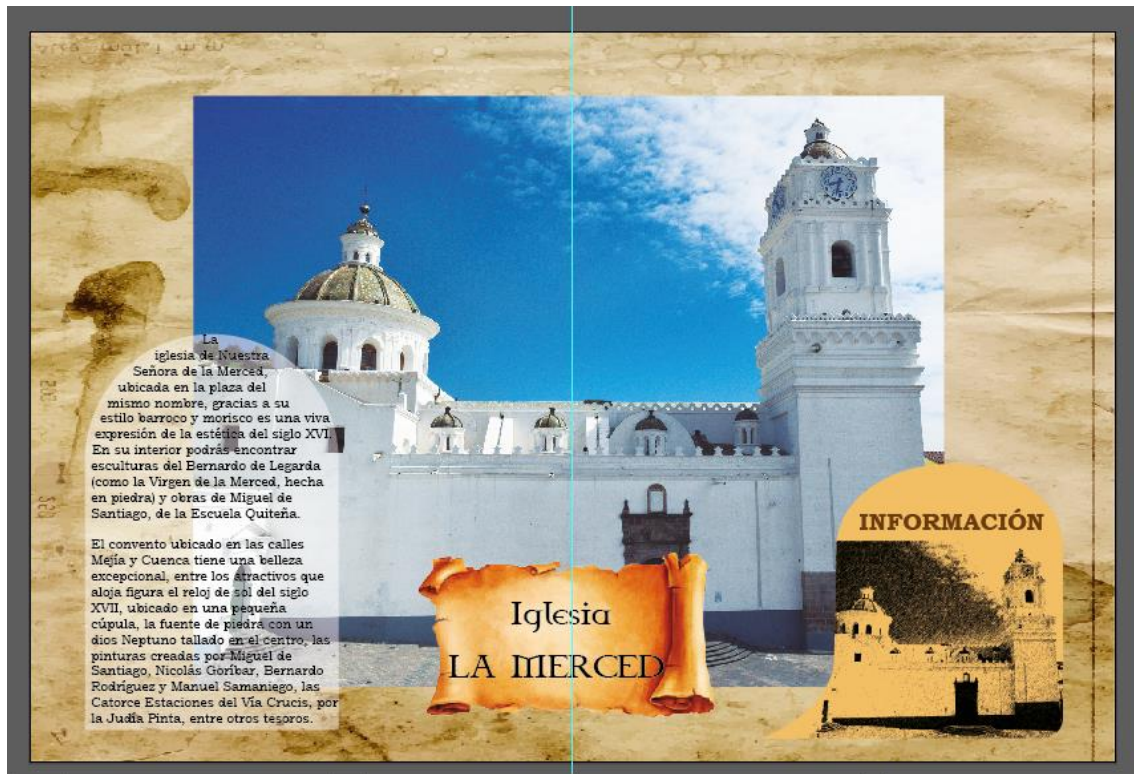


Imagen 18: Diagramación 2



Imagen 19: Diagramación 3

CREACIÓN DE UNA GUÍA PERZONALIZADA EN ESTILO POP-UP DE LA RUTA DE LAS IGLESIAS DE LA CIUDAD DE QUITO

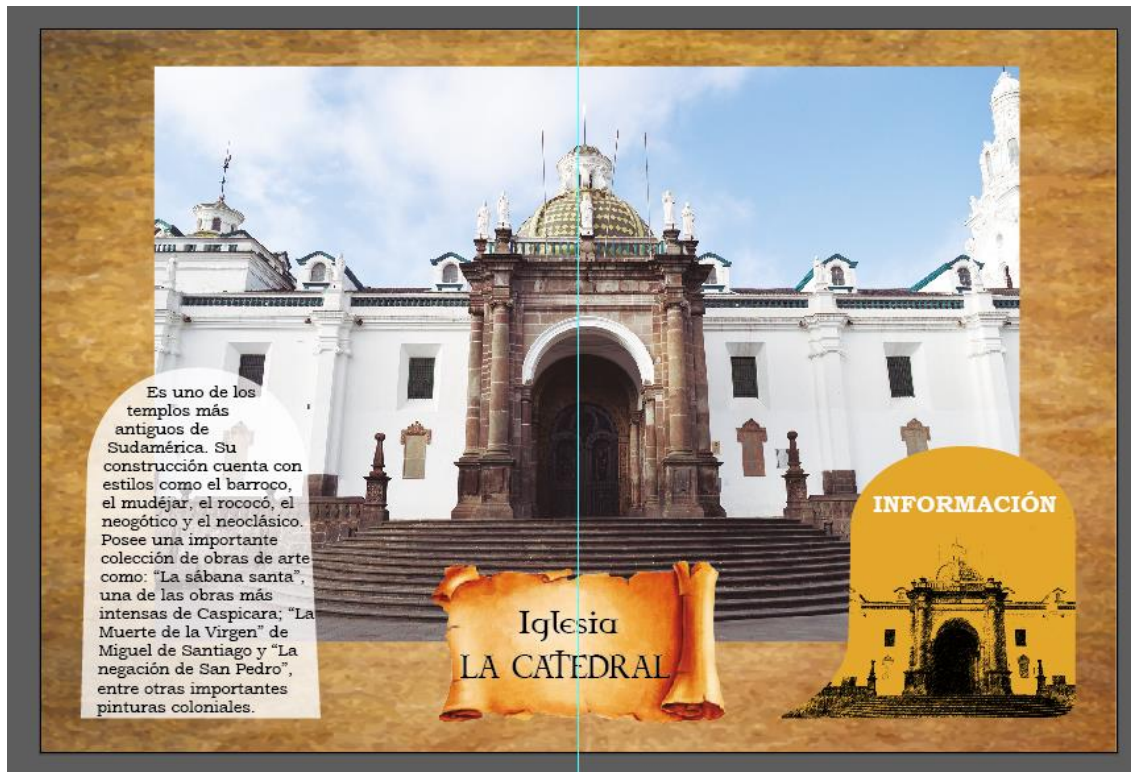


Imagen 20: Diagramación 4

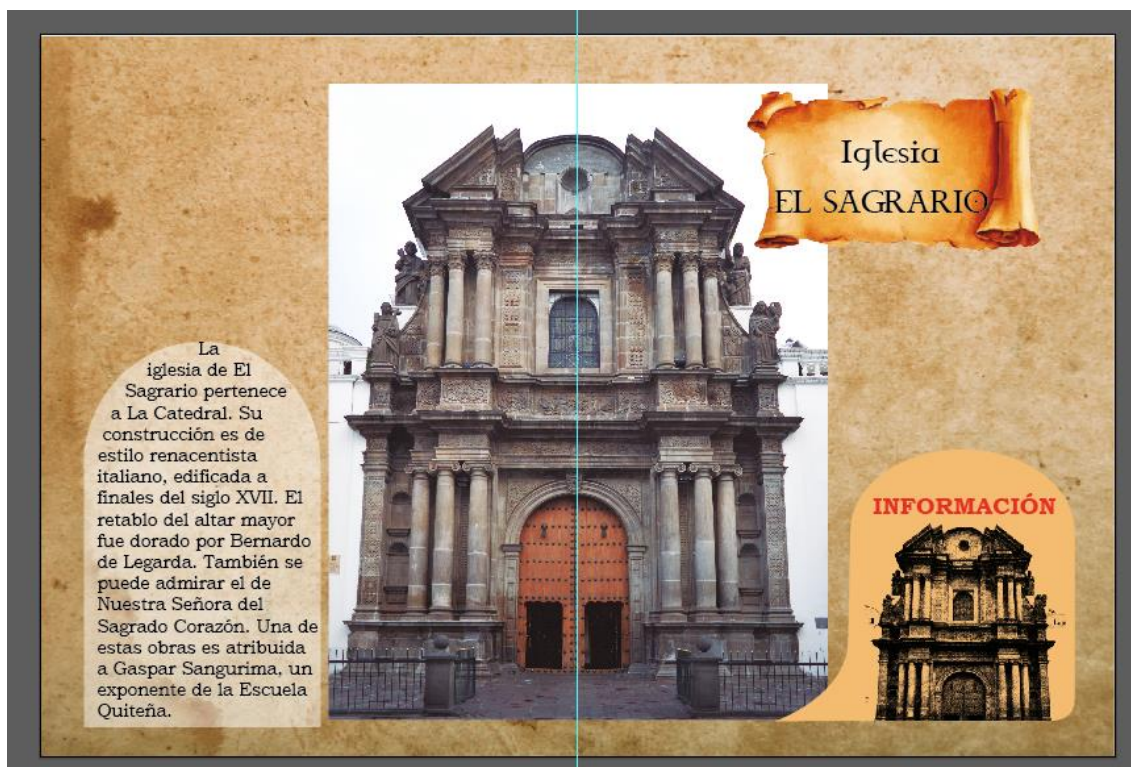


Imagen 21: Diagramación 5

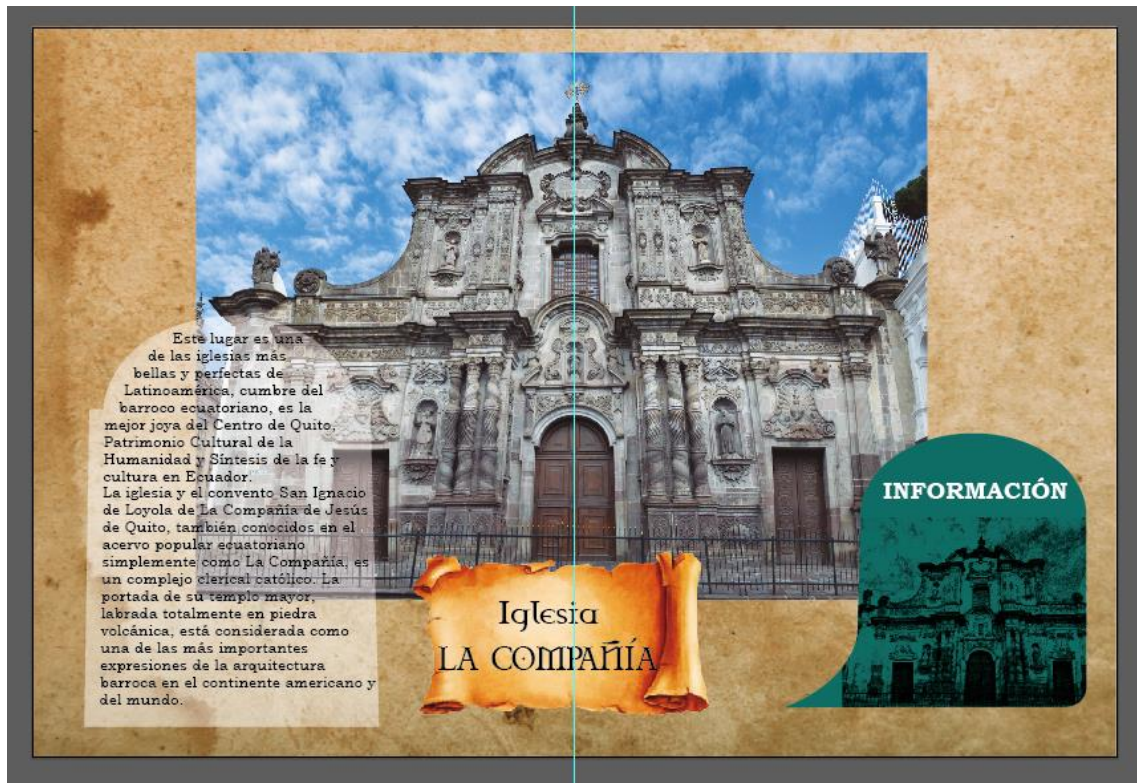


Imagen 22: Diagramación 6



Imagen 23: Diagramación 7

CREACIÓN DE UNA GUÍA PERZONALIZADA EN ESTILO POP-UP DE LA RUTA DE LAS IGLESIAS DE LA CIUDAD DE QUITO

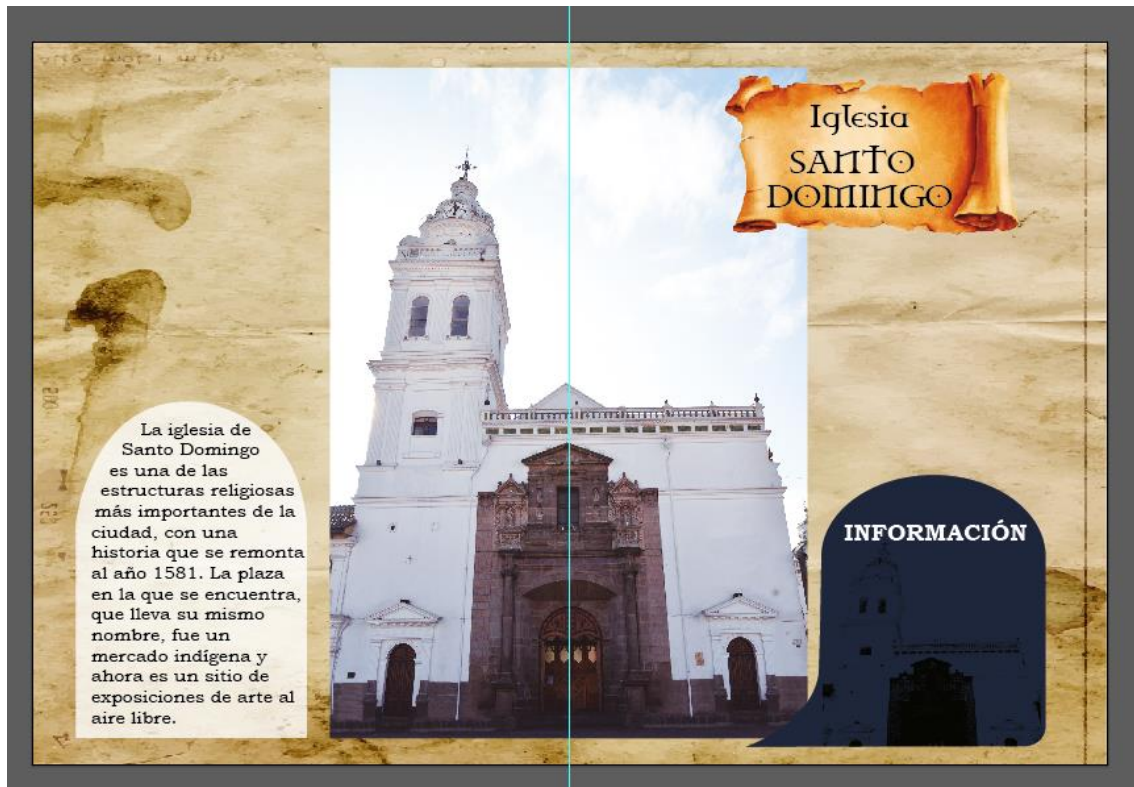


Imagen 24: Diagramación 10

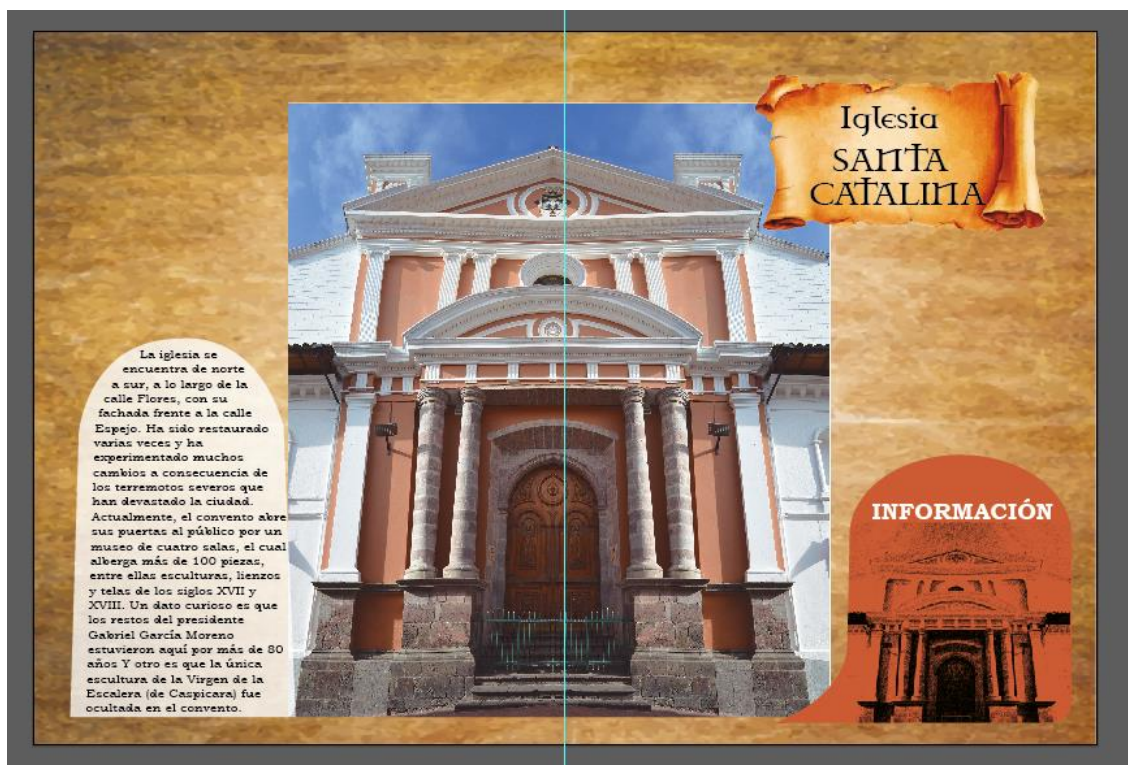


Imagen 25: Diagramación 8



Imagen 26: Diagramación 9

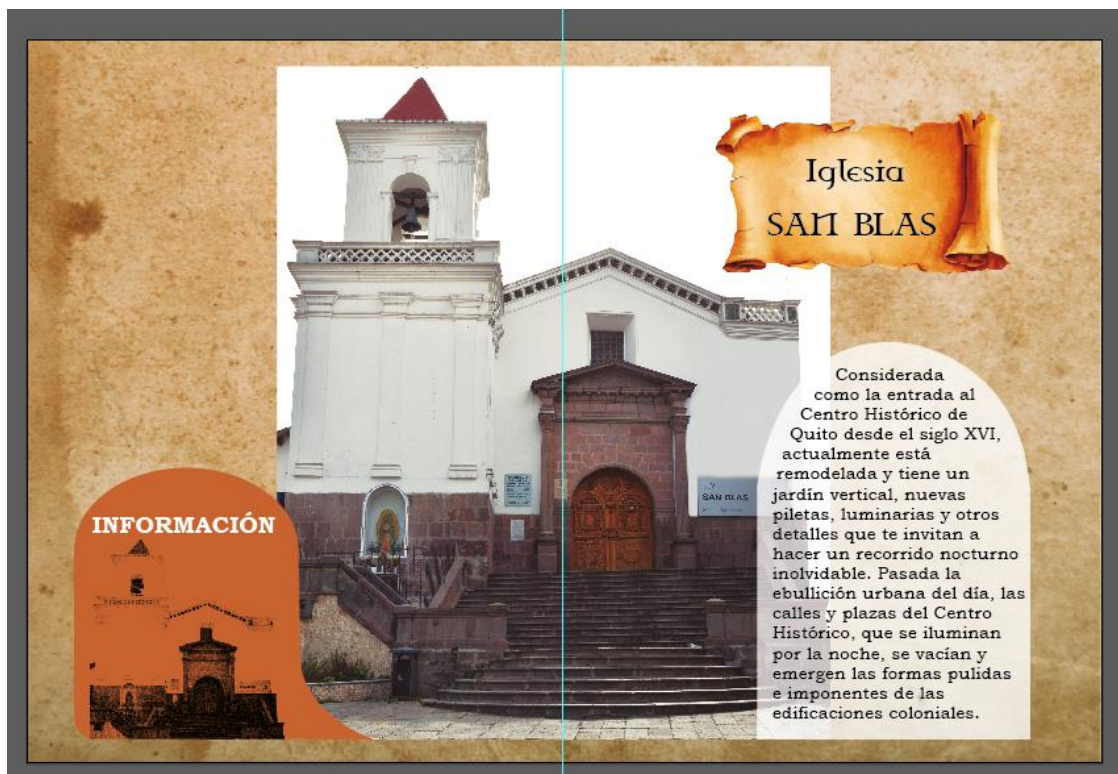


Imagen 27: Diagramación 9

5.05.06. Imagen Corporativa



Imagen 28: Imagen Corporativa logotipo



Imagen 29: Imagen Corporativa logotipo Colores



Imagen 30: Imagen Corporativa logotipo Positivo-Negativo.



Imagen 31: Imagen Corporativa logotipo usos correctos.

Usos Incorrectos Restricciones de Color



Imagen 32: Imagen Corporativa logotipo usos incorrectos.

Tabla 20. Tipografía Logotipo

Titular	Letra	Familia
Títulos	Century Gothic	Century Gothic Bold
Mayúsculas	A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W Y Z	
Minúsculas	A b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w y z	
Números	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9	
Símbolos	() ¿ @ ! % = " " . , ; : \$ &	
Títulos	Comfortaa	Comfortaa Bold
Mayúsculas	A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W Y Z	
Minúsculas	A b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w y z	
Números	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9	
Símbolos	() ¿ @ ! % = " " . , ; : \$ &	

5.05.07. Portada

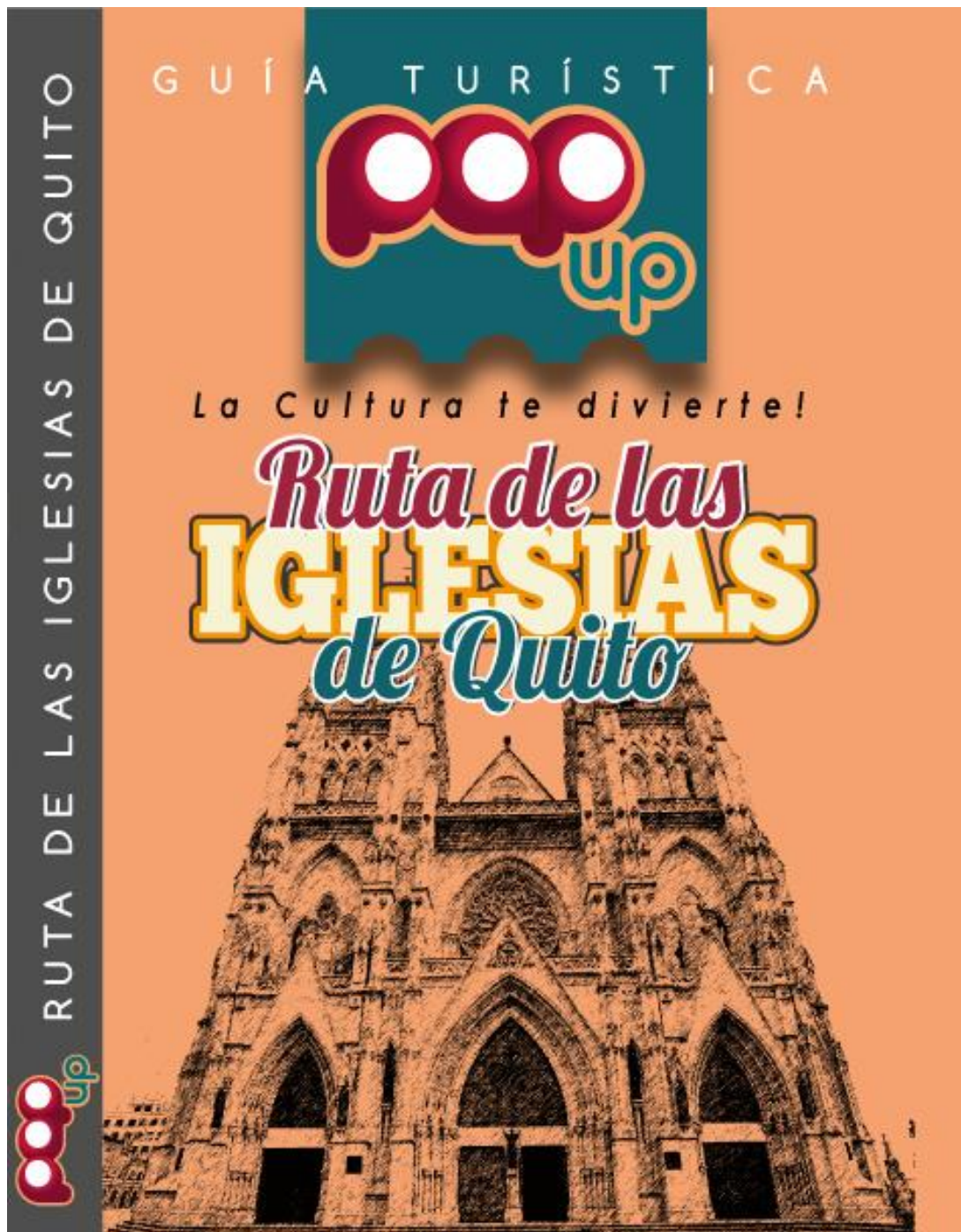


Imagen 33: Portada



Imagen 34: Contraportada

5.05.08. Cromática

Los colores pasteles son utilizados en el diseño de la guía para representan cualidades positivas que provocan la sensación de alegría, actividad, movimiento los colores pasteles incitan a la actividad, la diversión para el turista interactúe con la guía.



Imagen 35: Cromática

5.05.09. Elaboración

La guía turística está constituida por diversas páginas, las mismas que tiene la iglesia tridimensional para interactúe el turista, haciendo que este logre una manipulación y visión agradable e interesante.



Imagen 36.Elaboración 1



Imagen 37. Elaboración 2

CREACIÓN DE UNA GUÍA PERZONALIZADA EN ESTILO POP-UP DE LA RUTA DE LAS IGLESIAS DE LA CIUDAD DE QUITO

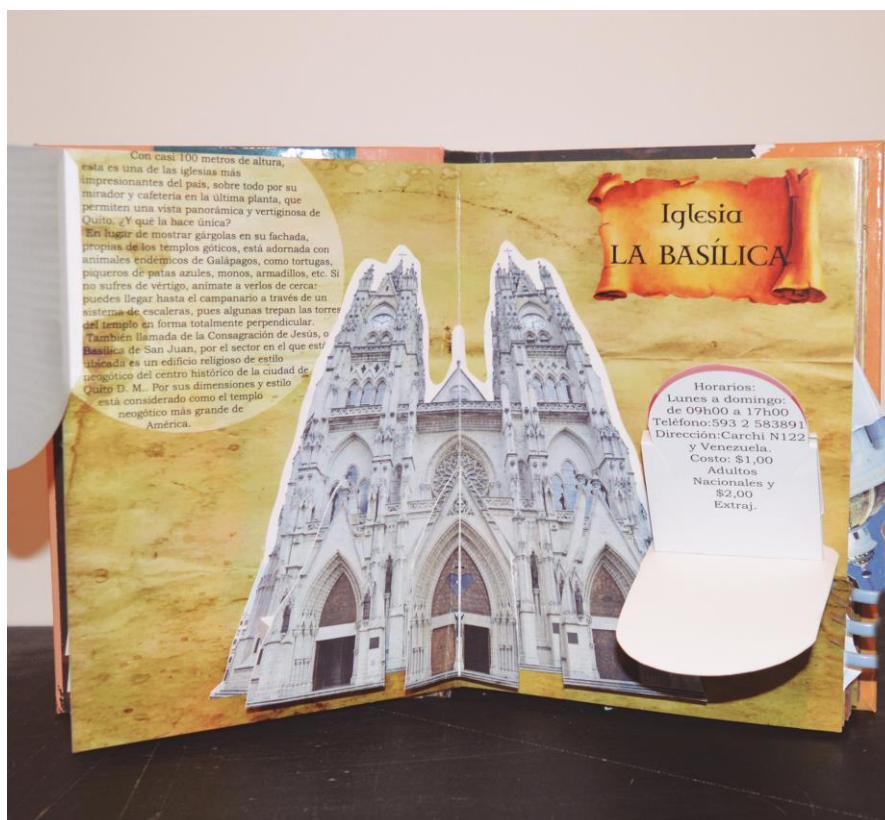


Imagen 38. Elaboración 3



Imagen 39. Elaboración 4

CREACIÓN DE UNA GUÍA PERZONALIZADA EN ESTILO POP-UP DE LA RUTA DE LAS IGLESIAS DE LA CIUDAD DE QUITO



Imagen 40. Elaboración 5



Imagen 41. Elaboración 6

CREACIÓN DE UNA GUÍA PERZONALIZADA EN ESTILO POP-UP DE LA RUTA DE LAS IGLESIAS DE LA CIUDAD DE QUITO



Imagen 42. Elaboración 7



Imagen 43. Elaboración 8

CREACIÓN DE UNA GUÍA PERZONALIZADA EN ESTILO POP-UP DE LA RUTA
DE LAS IGLESIAS DE LA CIUDAD DE QUITO



Imagen 44. Elaboración 9

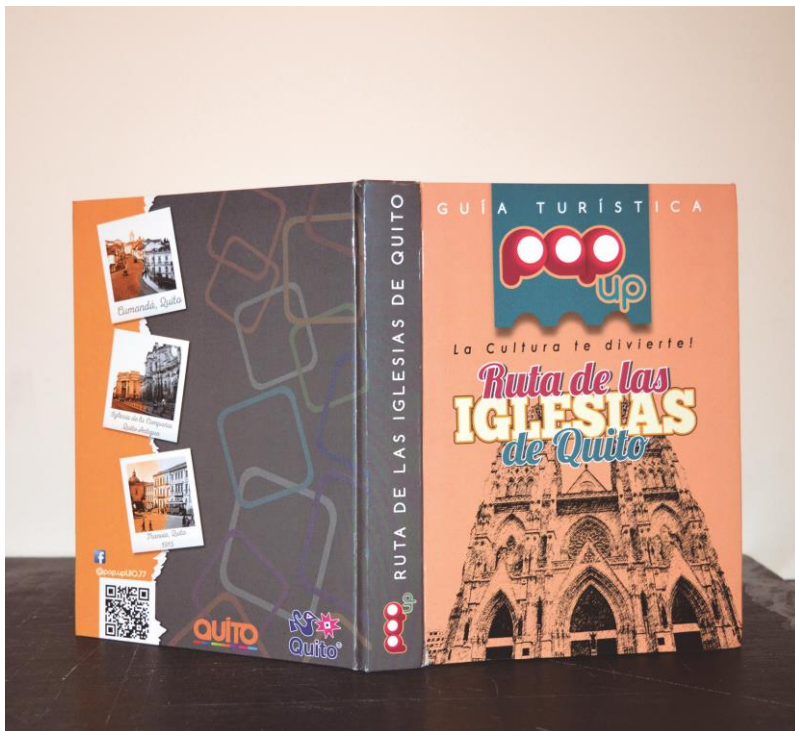


Imagen 45. Elaboración 10

CREACIÓN DE UNA GUÍA PERZONALIZADA EN ESTILO POP-UP DE LA RUTA DE LAS IGLESIAS DE LA CIUDAD DE QUITO

5.06. Pre-Prensa

Medidas de la Guía: Tamaño especial abierto 21,5cm x 32cm en disposición horizontal

Tipo de papel: Couche 250 gr.

Tintas: Se utilizara tintas solidas (CMYK)

5.06.01. Prensa

Máquina de impresión: GTO 52

5.06.02. Post Prensa

Portada y Contraportada:

Se imprimirá en papel couche de 200 laminado brillante prensado para el empastado.

Hojas internas:

Se utilizara papel pagable de 200gr.

La guía va hacer empastado, ensanduchado y encolado al calor para mayor facilidad y seguridad, para los turistas puedan manipular con facilidad y que sea durable.

5.07. Marketing y Distribución

Para la respectiva distribución de la Guía Turística de la Ruta de las Iglesias se distribuirá en agencias turísticas, también en los exteriores de las Iglesias mencionadas. Se colocara un Roll Up y afiches publicitarios donde se promocióne la Guía Turística.

5.07.01. Estrategia Creativa

Beneficio Emocional: diversión/cultura

Mensaje Básico: Diviértete con estilo de un nuevo recorrido

Tono: indiferente

Estilo: informal

Insight: un estilo diferente y divertido de guía turística

Eje de Campaña:

Promover nuevo estilo en guías turísticas

Slogan de Campaña:

La cultura te divierte

Medios Principales

Afiche / Flyers



Imagen 46: Diseño Afiche

CREACIÓN DE UNA GUÍA PERZONALIZADA EN ESTILO POP-UP DE LA RUTA DE LAS IGLESIAS DE LA CIUDAD DE QUITO

Medios Secundarios

Roll up

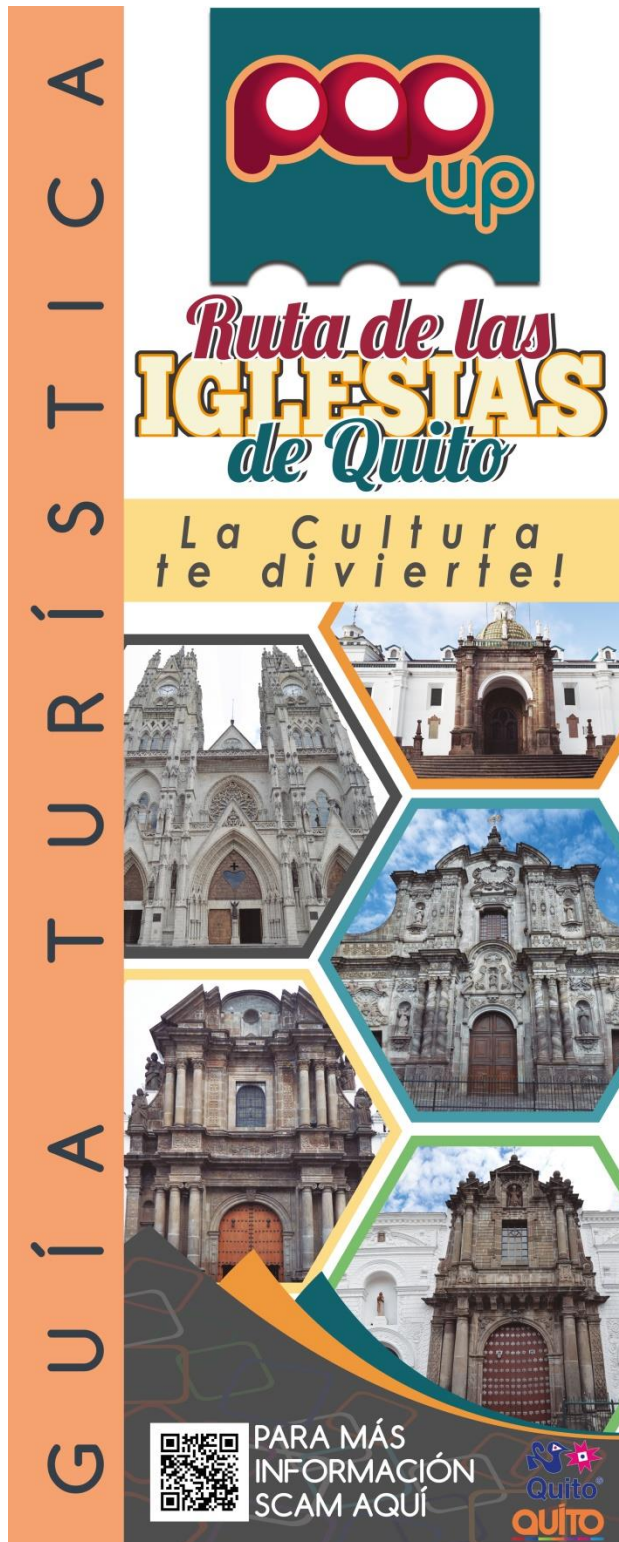


Imagen 47: Diseño Roll Up

CREACIÓN DE UNA GUÍA PERZONALIZADA EN ESTILO POP-UP DE LA RUTA DE LAS IGLESIAS DE LA CIUDAD DE QUITO

Fan Page



Imagen 48: Diseño Fan Page

CAPÍTULO VI

Aspectos Administrativos

6.01. Recursos

6.01.01. Técnico – Tecnológico

Laptop

- ✓ Edición Windows 10Home
- ✓ Procesador AMD A10-5745M APU CON Radeon(tm) HD Graphics 2.10 GHz
- ✓ Memoria RAM 8,00 GB
- ✓ Tipo de Sistema Operativo de 64bits

Cámara de fotos

- ✓ Pixeles efectivos 14,2 Mpx.
- ✓ Tamaño de sensor 23,1 mm x 15,4
- ✓ Sensibilidad ISO 100-200
- ✓ Calidad de la imagen RAW Alta

Impresora

Programas

- ✓ Adobe Ilustrador
- ✓ Adobe Photoshop

6.01.02. Humano

Ing. Carol Velastegui – Tutora de tesis

Chanataxi Marco – Autor del proyecto

6.01.03. Económico

Autor del Proyecto

6.02. Presupuesto

6.02.01. Gastos Operativos

	VALOR		FINANCIACIÓN			
	Valor Unitario	Cantidad	Universidad	Empresa	Estudiante	Total
1. BIBLIOGRAFÍA						
a) impresión.	0,25	30			X	7,50
b) Fotocopias.	0,02	400			X	8,00
c) Internet.	0.50	20			X	10,00
d) Transporte	0.25	50			X	12,50
e) Otros.	2,00	30			X	60,00
2. EXPERIMENTACIÓN						
a) Impresiones	0,25	11			X	2,75
3. ANÁLISIS Y MANEJO DE INFORMACIÓN						
a) Computador.	0,00	1			X	
b) Digitación.	0,00	1			X	
4. PRODUCTO FINAL						
a) Empastado	35,00	1			X	35,00
d) Impresión.	1.00	24			X	24.00
e) Terminados	15.00	1			X	15.00
Otros... (Planos, Fotografías...).	5,00	13			X	65.00
5. COSTOS PERSONAL						
d) Elaboración.	400,00	1			X	
Evaluación (Propuesta, Proyecto terminado).	50.00	3			X	50.00
g) Otros.	20,00	3			X	60,00

Tabla 21. Presupuestos

6.03. Cronograma

Tabla 22. Cronograma de actividades

Nº	Actividad	Responsable	Tiempo					Resultados esperados
			Mes	Semana				
				1	2	3	4	
1	Aprobación del tema	Marco Chanataxi	Abril			X		Plantear ideas o propuestas sobre los métodos que se realizara en el proyecto.
2	Antecedentes	Marco Chanataxi	Mayo				X	Obtener información sobre el estilo pop-up
3	Análisis de involucrados	Marco Chanataxi	julio		X			Conocer quiénes son los involucrados y sus respectivos acuerdos.
4	Problemas y Objetivos	Marco Chanataxi	Julio				X	Especificar con mayor exactitud los problemas y objetivos y sus componentes.
5	Análisis de alternativas	Marco Chanataxi	Agosto		X			Proponer varias alternativas para que el proyecto tenga aceptación hacia los turistas.
6	La Propuesta	Marco Chanataxi	Septiembre	X	X	X	X	Diagramación de la guía turística en estilo pop-up
7	Aspectos administrativos	Marco Chanataxi	octubre			X		Presupuesto sobre la inversión que tendrá la elaboración del proyecto.
8	Conclusiones y Recomendaciones	Marco Chanataxi	octubre				X	Plantear conclusiones y recomendaciones que guíen al proyecto que sea exitoso.

CAPÍTULO VII

Conclusiones y Recomendaciones

7.01. Conclusiones

Una vez culminado el diseño de la Guía Turística se puede concluir que:

- ✓ Los turistas tendrán a su disposición la guía turística de la ruta de las iglesias en estilo pop-up para que así los turistas tengan otro tipo de recurso informativo novedoso.
- ✓ La elaboración de la guía turística estilo pop-up será un método atractivo, esto generara innovación e interés en los turistas.
- ✓ La elaboración de este proyecto aportara de gran manera las visitas de los turistas a las iglesias y conozcan la historia de cada una de ellas.
- ✓ Mediante el desarrollo del material editorial, los turistas tendrán más interés en hacer un recorrido espectacular.
- ✓ La creación de la guía en el estilo pop-up será una oportunidad más para la innovación de crear guías de otros sitios turísticos del país.

7.02. Recomendaciones

- ✓ Este proyecto me permitió aplicar el aprendizaje adquirido durante mis años de estudio basados en diseño gráfico. La cual está reflejado en el diseño de la guía turística.
- ✓ Al realizar el presente proyecto de tesis el cual se investigó los diferentes tipos de pop-up para un mejor conocimiento desarrollo de los actuales libros, el cual sirvió para el mejoramiento de nuevos métodos editoriales. Esto lo logre mediante la recopilación de datos.
- ✓ Con la realización de la propuesta gráfica se realizó diseño y construcción de la guía pop-up utilizando toda la información textual y gráfica para crear cada una de las iglesias pop-up para su utilización.
- ✓ Usar este tipo de libros para la enseñanza, entretenimiento para las personas en general, además de que se sientan atraídos por sus formas tridimensionales.
- ✓ Implementar guías pop-up en el turismo ya que son importantes cada una de las técnicas pop-up que existen, además de que le permiten interactuar con la guía y así se lograra una mejor técnica de estudio.

7.03. Bibliografía

- Adobe. (2016). *Adobe*. Obtenido de Adobe:
<https://www.adobe.com/es/products/illustrator.html?promoid=KLXL T>
- Adobe. (2016). *Adobe*. Obtenido de Adobe:
<https://www.adobe.com/es/products/photoshop.html?promoid=KLXLS>
- Adobe. (2016). *Adobe*. Obtenido de Adobe:
<https://www.adobe.com/es/products/indesign.html?promoid=KLXLU>
- cubosdemitore. (07 de enero de 2012). *cubosdemitore*. Recuperado el 11 de noviembre de 2016, de cubosdemitore:
<https://cubosdemitore.wordpress.com/2012/01/07/libros-pop-up/>
- David A. Carter, James Diaz. (2009). *Los elementos del pop-up*. Combel Editorial.
- Gabriel Moreno Burgos. (2011). El Pop Up. En G. M. Burgos, *Historia del Pop Up*.
- librospopup. (05 de Mayo de 2008). *librospopup*. Recuperado el 11 de Noviembre de 2016, de librospopup: <http://librospopup.blogspot.com/2008/05/tipologa-de-libros-mviles-y.html>
- Maunier. (2015).
- Pérez, F. O.-M. (19 de junio de 2012).
sites.google.com/site/composicionesquema/home. Obtenido de
sites.google.com/site/composicionesquema/home:
<https://sites.google.com/site/composicionesquema/>
- quintoidna.blogspo. (Julio de 2015). *quintoidna.blogspo*. Recuperado el 11 de Noviembre de 2016, de quintoidna.blogspo:
<http://quintoidna.blogspot.com/2015/07/como-hacer-un-libro-pop-up-o-3d.html>
- Quito Turismo. (2016). *Centro Historico de Quito*. Obtenido de
<http://www.quito.com.ec/que-visitar/centro-historico>
- Quito Turismo. (2016). *Quito Turismo*. Obtenido de Quito Turismo: <http://www.quito-turismo.gob.ec/nuestros-servicios>
- Sosa Martín. (s.f.). Historia del pop up. En M. Sosa, *ingenieria del papel*.

ANEXOS