



CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

**ELABORACIÓN DE UN FOTO LIBRO PARA DAR A CONOCER LAS
COSTUMBRES, TRADICIONES Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LOS
PUEBLOS KAYAMBIS EN LAS COMUNIDADES DE LA PRIMAVERA
UGSHA Y ZULETA EN LA PROVINCIA DE IMBABURA.**

Proyecto de trabajo de graduación que se presenta como requisito para optar por el
título de Tecnólogo en Diseño Gráfico.

Autor: Cacuango Yánez Wilson Geovanny

Tutor: Laura Graciela Cajamarca Bravo

Quito, Octubre del 2017

ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

Yo Wilson Geovanny Cacuangó Yáñez declaro que el presente trabajo es de mi total autoría, que las fuentes de investigación utilizadas tienen su respectiva cita y autorizo al INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR “CORDILLERA”, al uso de la información de la manera que mejor les parezca.

Wilson Geovanny Cacuangó Yáñez

C.C.: 1724556830

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Wilson Geovanny Cacuango Yánez portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. **1724556830** de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado **ELABORACIÓN DE UN FOTO LIBRO PARA DAR A CONOCER LAS COSTUMBRES, TRADICIONES Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LOS PUEBLOS KAYAMBIS EN LAS COMUNIDADES DE LA PRIMAVERA UGSHA Y ZULETA EN LA PROVINCIA DE IMBABURA.**

con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA

NOMBRE

Wilson Geovanny Cacuango Yánez

CÉDULA

1724556830

Quito, Octubre del 2017

AGRADECIMIENTO

De la manera más profunda agradezco a mi familia padres, hermanos y hermanas quien con sus consejos y apoyo han sido un pilar fundamental para la culminación de mis estudios. Para la elaboración del presente proyecto y ayudarme a lo largo de mi vida, a formarme como una persona de bien.

DEDICATORIA

El presente proyecto quiero dedicar a mis padres, a mi mamá Rosario Yáñez y a mi padre Miguel Ángel Cacuango quiénes con su apoyo me han enseñado el valor del esfuerzo, del trabajo y a ser un hombre de bien.

ÍNDICE GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE	i
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
ÍNDICE GENERAL	v
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xi
RESUMEN EJECUTIVO	xiv
ABSTRACT	xvi
INTRODUCCIÓN	xviii
CAPÍTULO I	1
ANTECEDENTES	1
1.01. Contexto.....	1
1.02. Justificación	4
1.03. Definición del Problema Central (Matriz T).....	7
CAPÍTULO II	8
ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS	8
2.01. Mapeo de los Involucrados	8
2.02. Matriz de Análisis de Involucración	9
Actores involucrados	9
CAPÍTULO III	9

3. PROBLEMAS Y OBJETIVOS	10
3.01. Árbol de Problemas	10
3.02. Árbol de Objetivos	11
CAPÍTULO IV.....	12
4. ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS	12
4.01. Matriz de Análisis de Alternativas e Identificación de Acciones	12
4.01.01 Tamaño del proyecto	13
4.01.02. Localización del Proyecto	14
4.02 Análisis ambiental	14
4.02.01. Impacto Positivo.	14
4.02.02 Impacto Negativo.	15
4.02.03 Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos.....	16
4.03. Diagrama de Estrategias	17
4.03.01 Selección de Indicadores.....	21
4.03.02 Supuestos	27
4.03.03. Matriz de Marco Lógico (MML).....	30
CAPÍTULO V	32
5. PROPUESTA	32
5.01. Antecedentes de la Herramienta y Perfil de la Propuesta.....	32
5.02 Marco Teórico.....	33
5.02.01 Usabilidad	33

5.02.02 Fotografía	33
5.02.03. Diseño Gráfico	33
5.02.04. Diseño editorial	34
5.02.05. Maquetación	34
5.02.06. Planos fotográficos	34
5.02.09 El formato o encuadre: su orientación y proporciones	50
5.02.10 Tipografía	55
5.02.11. Software a utilizar	55
5.03 Descripción de la herramienta	56
5.03.01. Metodología (Materiales y Métodos)	56
5.03.02. Resultados	57
5.03.03. Encuesta	57
5.03.04. Modelo de encuesta	58
5.03.05 Tabulación de encuestas	60
5.04 Formulación del Proceso de Aplicación	70
5.04.01 Planificación	70
5.04.01.01 Propósito del proyecto	70
5.04.01.02 Tipo de publicación	70
5.04.01.03 Temática	70
5.04.01.04 Formato	70
5.05. Concepción	71

5.05.01. Mapa de contenidos	71
5.05.02. Índice de imágenes	72
5.05.03. Estilos.....	79
5.05.04. Paginas master o retículas	80
5.05.05. Diagramación	80
5.05.06. Imagen corporativa	82
5.05.07. Portada	85
5.05.08. Maquetación	85
5.05.09. Pre-prensa.....	85
5.05.10. Prensa.....	85
5.05.11. Post prensa	86
5.06. Marketing o distribución	86
CAPÍTULO VI.....	90
6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	90
6.01. Recursos.....	90
6.01.01. Técnicos – Tecnológico	90
6.01.02. Humano.....	90
6.01.03. Económico.....	91
6.02. Presupuesto	91
6.02.01. Gastos Operativos.....	91
6.02.02 Aplicación del Proyecto	92

6.03. Cronograma.....	93
CAPÍTULO VII	95
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	95
7.01. Conclusiones	95
7.02. Recomendaciones.....	96
Bibliografía.....	97
Anexos	100

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Análisis de las fuerzas T Kayambis “Ugsha - Zuleta”, 2017	7
Tabla 2 Análisis de involucrados.....	9
Tabla 3 Impacto de los objetivos del pueblo Kayambi “Ugsha Zuleta”, 2017	16
Tabla 4 Revisión de los Criterios para Indicadores,2016	18
Tabla 5 Selección de indicadores	21
Tabla 6 Medios de verificación	23
Tabla 7 Supuestos	27
Tabla 8 Matriz de Marco Lógico	30
Tabla 9 Pregunta 1	60
Tabla 10 Pregunta 2	61
Tabla 11 Pregunta 3	62
Tabla 12 Pregunta 4	63
Tabla 13 Pregunta 5	64
Tabla 14 Pregunta 6	65
Tabla 15 Pregunta 7	66
Tabla 16 Pregunta 8	67
Tabla 17 Pregunta 9	68
Tabla 18 Pregunta 10	69
Tabla 19 Estilos tipográficos.....	79
Tabla 20 Tipografía de imogotipo	84
Tabla 21 Gastos operativos	91
Tabla 22 Costos aplicación del proyecto.	92
Tabla 23 Cronograma de actividades.....	93

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Mapa de involucrados	8
Figura 2: Árbol de Problemas.....	10
Figura 3: Árbol de Problemas.....	11
Figura 4: Matriz de análisis de alternativas.....	12
Figura 5. Localización del Proyecto	14
Figura 6: Diagrama de Estrategias.....	17
Figura 7. Gran Plano General o Plano Largo	35
Figura 8 Plano General	36
Figura 9. Plano Entero (o Plano Figura)	37
Figura 10 Plano $\frac{3}{4}$ o plano ‘americano’	38
Figura 11. Plano $\frac{3}{4}$ Plano medio o de cintura	39
Figura 12. Plano medio corto (o plano busto)	40
Figura 13. Primer Plano	41
Figura 14. Primerísimo primer plano.....	42
Figura 15. Plano detalle.....	43
Figura 16. Ángulo a nivel o normal.....	44
Figura 17. Ángulo en picado	45
Figura 18. Ángulo en contrapicado.....	46
Figura 19. Ángulo en cenital	47
Figura 20. Ángulo en nadir	48
Figura 21. Encuadre horizontal.	51
Figura 22. Encuadre vertical.	52
Figura 23. Formato panorámico.	53
Figura 24. Formato cuadrado.	54

Figura 25 Pregunta 1.....	60
Figura 26. Pregunta 2.....	61
Figura 27. Pregunta 3.....	62
Figura 28. Pregunta 4.....	63
Figura 29. Pregunta 5.....	64
Figura 30. Pregunta 6.....	65
Figura 31. Pregunta 7.....	66
Figura 32. Pregunta 8.....	67
Figura 33. Pregunta 9.....	68
Figura 34. Pregunta 10.....	69
Figura 35: Mapa de contenidos	71
Figura 36. Índice de imágenes 1	72
Figura 37. Índice de imágenes 2.....	73
Figura 38. Índice de imágenes 3.....	74
Figura 39. Índice de imágenes 4.....	75
Figura 40. índice de imágenes 5.....	76
Figura 41. Índice de imágenes 6.....	77
Figura 42. Índice de imágenes 7.....	78
Figura 43. Páginas master o retículas.....	80
Figura 44. Diagramación 1.....	80
Figura 45. Diagramación 2.....	81
Figura 46. Diagramación 3.....	81
Figura 47. Logotipo	82
Figura 48. Colores.....	83
Figura 49. Variación de colores.....	83

Figura 50. Portada y contraportada.....	85
Figura 51. Medidas libro	86
Figura 52. Redes sociales (Facebook)	87
Figura 53 Roll Up	88
Figura 54. Flyer	89

RESUMEN EJECUTIVO

El pueblo Kayambi, ricos en cultura y tradiciones diversas e importante para el desarrollo del turismo comunitario, sin embargo, las faltas de información para los turistas han hecho que la difusión cultural y turística de este pueblo y de las comunidades en las que habitan se vean limitados, generando desconocimiento en el público e impidiendo el desarrollo y difusión del pueblo Kayambi.

La importancia del problema ayuda a que la elaboración de un medio de información como es un foto libro se pueda destacar apropiadamente mediante imágenes las actividades culturales y tradicionales al igual que los atractivos turísticos y naturales que poseen las comunidades donde habitan.

Durante la recolección de información se ha podido observar que anteriormente se ha intentado difundir información acerca del pueblo Kayambi sin mucho éxito, ya que los medios de difusión que se utilizaron no contaban con la calidad gráfica apropiada para que el público los aprecie de mejor manera y generar interés en los turistas.

La solución a la propuesta es informar a los turistas mediante un foto libro, imágenes y fotografías que de forma apropiada transmitan sobre las costumbres, tradiciones y atractivos naturales que las comunidades y el pueblo Kayambi poseen para brindar en el ámbito turístico.

El principal resultado es elaborar un medio de comunicación apropiado el cual logre captar la atención del turista, generando el desarrollo sustentable del turismo comunitario.

Durante el tiempo de la elaboración del proyecto no se ha podido observar consecuencias negativas, por lo contrario, la solución plateada solo busca resultados positivos en cuanto al tema tratado.

Libro

Foto libro

Cultura

Tradición

Turismo

ABSTRACT

The town Kayambi, rich in culture and various and important traditions for the development of the communal tourism, however, the lacks of information for the tourists have done that they see the cultural and tourist diffusion of this town of the communities they inhabit in and limited, generating ignorance in the public and impeding the development and village diffusion Kayambi.

The importance of the problem helps to than the elaboration of a means of information as a phot is book may stand out appropriately by means of imagery the cultural and traditional activities just like the tourist attractions and natives that the communities where they inhabit possess .

Kayambi without a lot of success, has been able to notice that it has previously been tried to spread out information about the town during information retrieval since the media that were utilized did not count on the graphic appropriate quality in order that the public appreciate them of better way and to generate interest in the tourists.

The solution to the proposal is to report a phot to the intervening tourists book, imagery and photos than transmit on the habits of appropriate form, traditions and natural attractions than communities and the town they possess to offer Kayambi in the tourist space.

The principal result is to elaborate a means of communication once which was adapted achieve catching the tourist 's attention, generating the sustainable development of the communal tourism.

It has not been been able to observe negative consequences, on the contrary, during the time of the elaboration of the project the silver-plated very solution you look for positive results in to the treated theme.

Book

I free photo

Culture

Tradition

Tourism

INTRODUCCIÓN

El pueblo Kayambi del Ecuador ricos en cultura y tradición, al igual que las comunidades aledañas, poseen atractivos turísticos muy valiosos y naturales, motivaron la selección y desarrollo del presente y así desarrollar un medio de comunicación, que la brinde información el cual incentive al turista a aprender sobre este pueblo.

Entre las dificultades y obstáculos que ha tenido la investigación está el recolectar información, debido a la lejanía de los sectores, la accesibilidad a los distintos lugares para obtener las fotografías y el limitado apoyo por parte de los moradores de las distintas comunidades.

La importancia del problema ayuda a que mediante la elaboración de un medio de información como es un foto libro destacar atreves de imágenes las actividades culturales y tradicionales, al igual que los atractivos del pueblo Kayambi y sus comunidades donde habitan, generando así un material impreso adecuado que permita informar de forma apropiada al turista en general. Y así, no sólo dar a conocer al pueblo Kayambi y sus comunidades, sino también al desarrollo del mismo como sociedad indígena del Ecuador.

La idea principal es la ELABORACIÓN DE UN FOTO LIBRO PARA DAR A CONOCER LAS COSTUMBRES, TRADICIONES Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LOS PUEBLOS KAYAMBIS EN LAS COMUNIDADES DE LA PRIMAVERA UGSHA Y ZULETA EN LA PROVINCIA DE IMBABURA con el objetivo que los turistas conozcan y aprendan más sobre la cultura de este pueblo como sociedad y los atractivos turísticos naturales que las comunidades pueden brindar, generando turismo y desarrollo en dichas comunidades.

Dentro del proyecto que está enfocado a informar y al desarrollo del turismo, permitiendo conocer distintos aspectos culturales, tradicionales y turísticos, a la misma vez se puede encontrar distintas limitaciones las cuales podría cambiar el objetivo principal del proyecto debido a que no trabajar los distintos aspectos en conjunto no se podría obtener el resultado esperado.

Otra limitación que se ha observado durante la recolección de información y la falta de apoyo de los moradores, quienes en muchos casos se percibieron como “mezquinos” y no se pudo obtener la información necesaria.

Además, en la relación a la recolección de las fotografías para el producto, se encontraron dificultades por parte de los moradores ya que los lugares de atracción turística no son de fácil acceso para personas alejadas de la comunidad y, en algunos casos los lugares son de acceso restringido a personal no autorizado.

Dentro del contenido del proyecto de tesis, podremos encontrar distinto capítulos en el que se encuentra información que se recolecto donde se aprenderá un poco acerca de este pueblo; dentro del capítulo 1 encontramos los antecedentes con un contexto acerca del pueblo Kayambi; la justificación de la elección del tema de tesis y sus objetivos; un análisis de como el proyecto se alinea a él plan nacional del buen vivir, análisis de matriz T con sus distintas situaciones; un análisis de involucrados con su matriz donde veremos quienes, y como interfieren en el desarrollo del proyecto,

También se puede observar los distintos árboles que forman parte del proyecto, árbol de problemas en el cual se observa principalmente la falta de información y todos las consecuencias que esto implica; árbol de objetivos en los cuales

observamos el principal propósito que es crear un medio de información apropiada y todos los beneficios que se podrán obtener; análisis de alternativas con todas sus actividades, tamaño del proyecto, su ubicación, la muestra obtenida y su grupo objetivo los impactos positivos y negativos, que causan en el ambiente; las diferentes tablas de análisis que interfieren en el desarrollo del proyecto; la propuesta que contiene antecedentes históricos acerca del tema de tesis y las herramientas que se usaran para la elaboración del producto final; los métodos de recolección de datos que se usaron para obtener la información necesaria; la concepción del producto con el contenido sus técnicas y estilos que usaron para la elaboración del foto libro; bibliografía en la cual se puede observar las distintas fuentes de información que sirvieron como apoyo para el desarrollo de la tesis; anexos en el que se observa encuestas físicas que fueron llenadas por personas que aportaron con tiempo e información.

CAPÍTULO I

ANTECEDENTES

1.01. Contexto

Ecuador, país pluricultural y multiétnico consta de cuatro regiones Costa, Sierra, Amazonia y Región Insular donde conviven diferentes tipos de nacionalidades indígenas, las cuales se encuentran ubicadas en cada una de sus regiones y provincias, una de ellas es Imbabura, una provincia ubicada en la región Sierra al norte del país, conocida también como la provincia azul o provincia de los lagos, nombrada así por la gran cantidad de lagos que se encuentran en la provincia de Imbabura.

Zuleta y la Primavera Ugsha se encuentran ubicadas a dos horas de distancia en vehículo de Quito, comunidades vecinas ubicadas en la provincia de Imbabura parroquia de San Pablo, lugares de gran atractivo turístico tanto para nacionales como extranjeros, destacando sus paisajes, montañas y valles, lugares que resaltan atractivos para quienes gustan de aventuras al aire libre, amantes de la fotografía, turismo comunitario o simplemente caminatas al aire libre.

Los Kayambis un pueblo o nacionalidad indígena del Ecuador, se ubican entre las provincias de Pichincha, Imbabura y Napo, son un pueblo poseedor de una riqueza cultural, tradicional y gastronómica extensa el cual ha permanecido intacto a través de los años.

Un pueblo fiel y respetuoso a la naturaleza, mantiene sus costumbres y tradiciones como: idioma natal, el kichwa, la vestimenta de las mujeres consiste en

blusas tradicionalmente bordadas a mano de mucho colorido en el cual destacan figuras relacionadas a la naturaleza: flores, aves, montañas, sus faldas, o mejor conocidos como centros que es una tela plisada y planchada con bordados en la parte inferior y son elaborados a medida de cada mujer con el centro combinan las blusas, alpargatas y accesorios como sombrero, collares o hualcas de color dorado y manilla, que en conjunto caracterizan y resaltan la belleza de la mujer kayambi.

Para los hombres con el paso del tiempo ha desaparecido su vestimenta típica, siendo pocas las personas que la llevan especialmente las personas adultas las cuales, aún mantienen la costumbre de vestir su atuendo, el cual consiste de pantalón y camisa blancas, poncho de color azul o rojo, sombrero de terciopelo y alpargatas que le dan la elegancia al hombre kayambi.

Entre sus fiestas se destacan las conocidas como Intiraymi (fiestas del sol) originalmente, estas fiestas indicaban un nuevo periodo del solsticio de verano, en el cual, se agradecía al sol por las cosechas obtenidas en el año, durante la conquista española estas fiestas tomaron un tinte religioso llamándolas fiestas de San Pedro o San Juan, por la coincidencia en cuanto a las fechas que los Españoles celebraban sus festividades, las festividades del Intiraymi son alegres y coloridas, los hombres que visten de zamarros elaborados de el pelaje de los chivos, camisas de distintos colores sombreros y caretas a este personaje se le conoce como aruchicos quienes interpretan diferentes instrumentos musicales con ritmos muy alegres y las mujeres encargadas de cantar coplas y acompañados del ayahuma que se distingue de los aruchicos por usar una máscara de doble cara o diablo huma que lidera la danza alegran los días y noches que duran las festividades.

Su alimentación consiste principalmente de los productos agrícolas cultiva el pueblo, granos como maíz, trigo, cebada, habas, frejol, arveja y vegetales como las papas, mellocos, ocas. El pueblo también se dedica además a la crianza de animales como vacas, ovejas, aves de corral etc. Que son parte de los platos tradicionales, comida típica de las comunidades.

A pesar de ser un pueblo rico en costumbres y tradiciones con comunidades de gran atractivo turístico, no son conocidas, por falta de un medio adecuado de difusión, por lo que se ha optado por la elaboración de un foto libro con el cual se pretende destacar la mayor parte de la riqueza cultural que este pueblo y sus comunidades poseen así, incentivar a las nuevas generaciones a mantener su identidad y el desarrollo de estas comunidades.

Tema de tesis

Elaboración de un foto libro para dar a conocer las costumbres, tradiciones y atractivos turísticos de Los pueblos Kayambis en las comunidades de la Primavera Ugsha y Zuleta en la provincia de Imbabura.

Palabras clave (Unidades de estudio)

Foto libro

Turismo comunitario

Kayambis

Ugsha

Primavera Ugsha

Zuleta

Costumbres

Tradiciones

1.02. Justificación

Actualmente estas comunidades no cuentan con un medio de difusión adecuado para los turistas que permitan conocer y aprender sobre sus costumbres, tradiciones y atractivos naturales, por lo que se han visto cuartados en la difusión de su riqueza cultural y natural limitando el desarrollo económico y social de su gente y comunidades.

Tomando en cuenta la poca difusión que este pueblo y sus comunidades posee se ha optado por la elaboración de un foto libro en el cual se usara la fotografía que permitirá destacar los atractivos culturales y naturales, de esta forma se lograra una difusión apropiada del foto libro que incentive al turista a visitar y aprender más de la gente y sus comunidades.

El principal objetivo es la elaboración del proyecto es desarrollar un medio de información apropiado, que ayude a captar el interés de los turistas y al desarrollo del turismo comunitario mediante la participación de los habitantes y la integración de los turistas a las diferentes actividades que poseen las comunidades de esta forma generar recursos económicos los cuales permitan el desarrollo de las comunidades.

Con la elaboración del foto libro obtendremos un recurso adecuado y de calidad para promocionar tanto sus costumbres, tradiciones y sus principales atractivos naturales de las comunidades logrando que este pueblo sea conocido ante los turistas de la misma manera sus atractivos conserven excelente estado, al igual que las costumbres, tradiciones del pueblo Kayambi.

En la elaboración de este proyecto podemos revisar que se alinea al Plan Nacional del Buen Vivir según los objetivos 5 y 7. El gobierno debe promover y garantizar el desarrollo y protección de los pueblos y nacionalidades indígenas y así fortalecer la identidad de las diferentes etnias que habitan el país.

Objetivo 5. (Senplades, 2013) indica que: Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad El compromiso del Estado es promover políticas que aseguren las condiciones para la expresión igualitaria de la diversidad. La construcción de una identidad nacional en la diversidad requiere la constante circulación de los elementos simbólicos que nos representan: las memorias colectivas e individuales y el patrimonio cultural tangible e intangible.

El estado ecuatoriano debe proteger la naturaleza y las especies que habitan en el país ya que el turismo es un medio de ingreso económico muy importante para el desarrollo de las comunidades indígenas que habitan el Ecuador.

Objetivo 7. (Senplades, 2013) señala que: Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental, territorial y global. La responsabilidad ética con las actuales y futuras generaciones y con el resto de especies es un principio fundamental para prefigurar el desarrollo humano. La economía depende de la naturaleza y es parte de un sistema mayor, el ecosistema, soporte de la vida como proveedor de recursos y sumidero de desechos (Falconí, 2005). Ecuador, considerado entre los diecisiete países mega diversos del mundo, tiene grandes recursos naturales, pero también ha sufrido un gran impacto de las actividades productivas sobre tales recursos, debido a urgentes necesidades de su población.

La mayor ventaja comparativa con la que cuenta el país es su biodiversidad, por ello es fundamental saberla aprovechar de manera adecuada, mediante su conservación y su uso sustentable.

El Plan Nacional del Buen Vivir, mediante sus objetivos 5 y 7 ha logrado que el presente proyecto que se va a realizar se alinee a la matriz productiva al igual que en el cuidado y desarrollo de los pueblos y nacionalidades que habitan el país, la

protección de la naturaleza y el medio ambiente siendo estos objetivos una manera positiva de promover el desarrollo del Ecuador.

1.03. Definición del Problema Central (Matriz T)

Tabla 1 Análisis de las fuerzas T Kayambis “Ugsha - Zuleta”, 2017

Análisis de las Fuerzas T					
Situación empeorada	Situación actual				Situación mejorada
Inexistencia de medios de información acerca del pueblo Kayambi y sus comunidades Ugsha y Zuleta	Desconocimiento acerca del pueblo Kayambi y de las comunidades de Ugsha, y Zuleta.				Información completa y conocimiento del pueblo Kayambi y sus comunidades Ugsha y Zuleta.
Fuerza impulsadora	I	PC	I	PC	Fuerza bloqueadora
Publicidad apropiada y variada acerca de las comunidades.	3	3	3	2	Limitada publicidad acerca de las comunidades.
Capacitación de personas en el sector turístico.	2	3	2	1	No cuentan con un personal capacitado para guiar a los turistas.
Organización por los pobladores para desarrollar proyectos turísticos en el sector.	3	4	1	2	Existe una mala organización por parte de los pobladores para dar a conocer sus comunidades.
Creación de un foto libro para promover el turismo y brindar información acerca del pueblo Kayambi y sus comunidades.	3	1	1	2	No cuentan con medios impresos adecuados para informar al público acerca de este pueblo y sus comunidades.
Apropiados ingresos económicos destinados a la elaboración de medios publicitarios.	3	2	1	3	Ingresos económicos insuficientes para la elaboración de medios publicitarios

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

Elaborado por Wilson Cacuango

CAPÍTULO II

ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS

2.01. Mapeo de los Involucrados

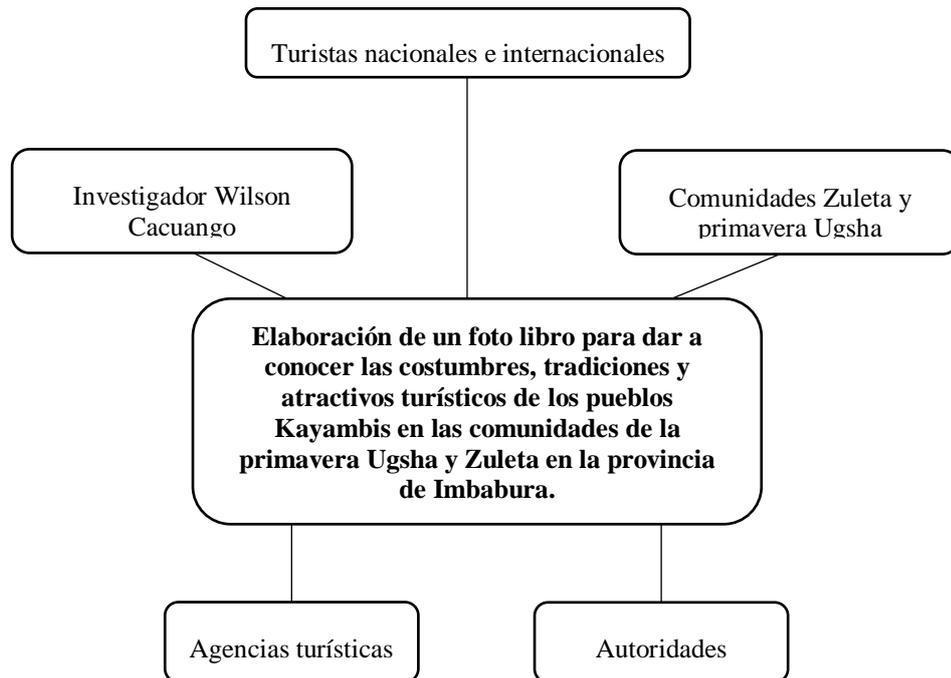


Figura 1: Mapa de involucrados

Elaborado por Wilson Cacuangó

Encontramos los principales involucrados que van a aportar en el desarrollo del proyecto de la tesis, organizados desde el que más aporta, hasta el que aporta de menos. En sentido horario, es decir por nuestra derecha.

2.02. Matriz de Análisis de Involucración

Tabla 2 Análisis de involucrados

Actores involucrados	Interés sobre el problema	Problemas percibidos	Recursos mandatos y capacidades	Interés sobre el proyecto	Conflicto potencial
Turistas nacionales e internacionales.	Contar con información apropiada.	No cuentan con información apropiada.	- Información general y específica.	Aprender más sobre las comunidades sus atractivos y costumbres a través de un foto libro.	Desconfianza de los turistas por visitar las comunidades.
Comunidades Zuleta y primavera Ugsha.	Crear fuentes de empleo.	Desinterés por parte de los pobladores en poseer medios de información impresos.	- Información general y específica.	Generar ingresos económicos mediante el aumento del turismo en la zona.	No cuentan con una capacitación apropiada en cuanto al turismo.
Autoridades locales.	Generar y promover el desarrollo económico mediante el turismo local.	No cuentan con una correcta organización para promover el turismo local.	Autorizaciones.	Mediante la elaboración del foto libro se promueva el turismo comunitario.	No conocen medios por los cuales puedan promover el turismo.
Agencias turísticas.	Contar con un material adecuado para promocionar el turismo en la zona.	No cuentan con un material adecuado para promocionar el turismo en la zona.	- Información bibliográfica - Información general y específica.	Generar el interés de los turistas para visitar las comunidades.	Desinterés por parte de las agencias por promocionar el turismo en la zona.
Investigador	Difundir apropiadamente información que promueva el turismo comunitario.	No existe una difusión apropiada de las zonas, sus atractivos y costumbres.	- Recursos financieros - Recursos tecnológicos -Capacidad intelectual -Leyes que rigen el proyecto -Información bibliográfica -Información general y específica.	Elaboración de un foto libro para dar a conocer las costumbres, tradiciones y atractivos turísticos de los pueblos Kayambis en las comunidades de la primavera Ugsha y Zuleta en la provincia de Imbabura.	Poco tiempo para elaborar el proyecto.

Elaborado por Wilson Cacuango

CAPÍTULO III

3. PROBLEMAS Y OBJETIVOS

3.01. Árbol de Problemas

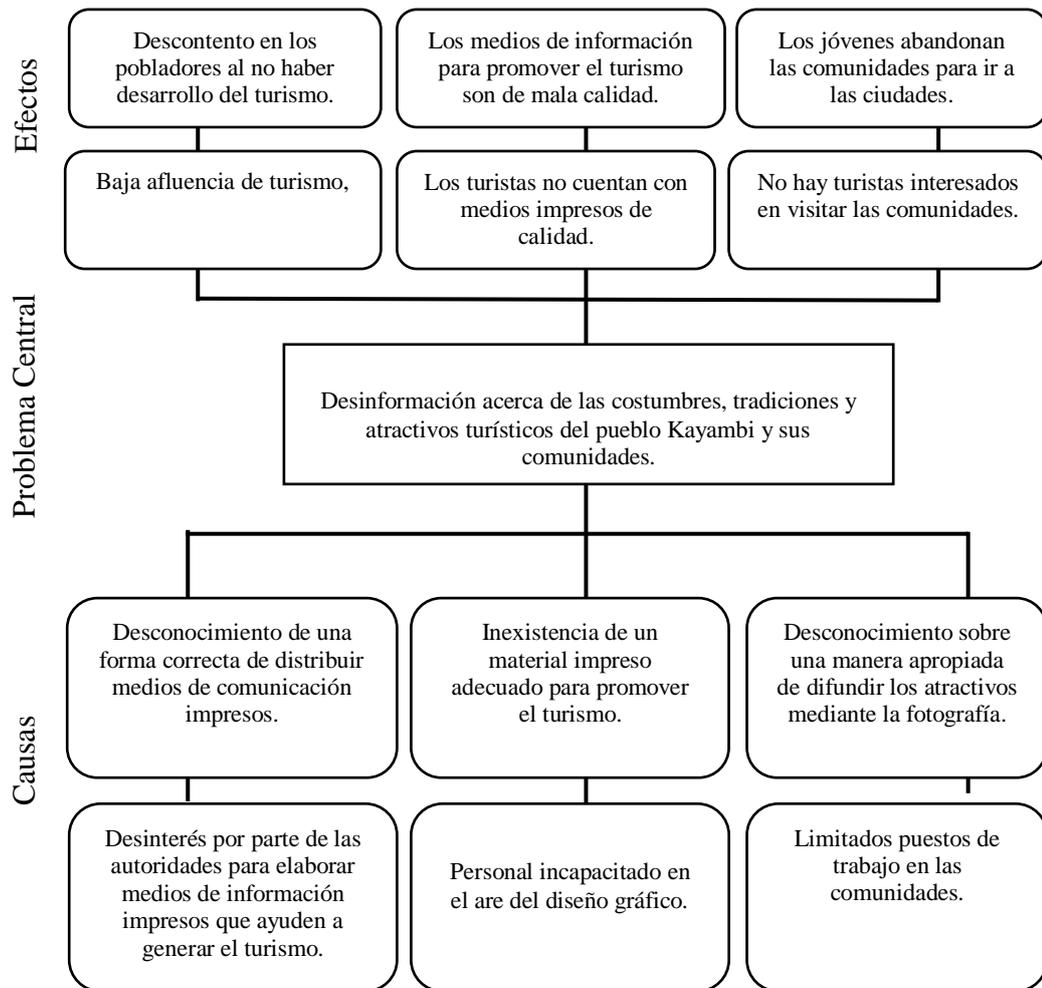


Figura 2: Árbol de Problemas

Elaborado por Wilson Cacuango

3.02. Árbol de Objetivos

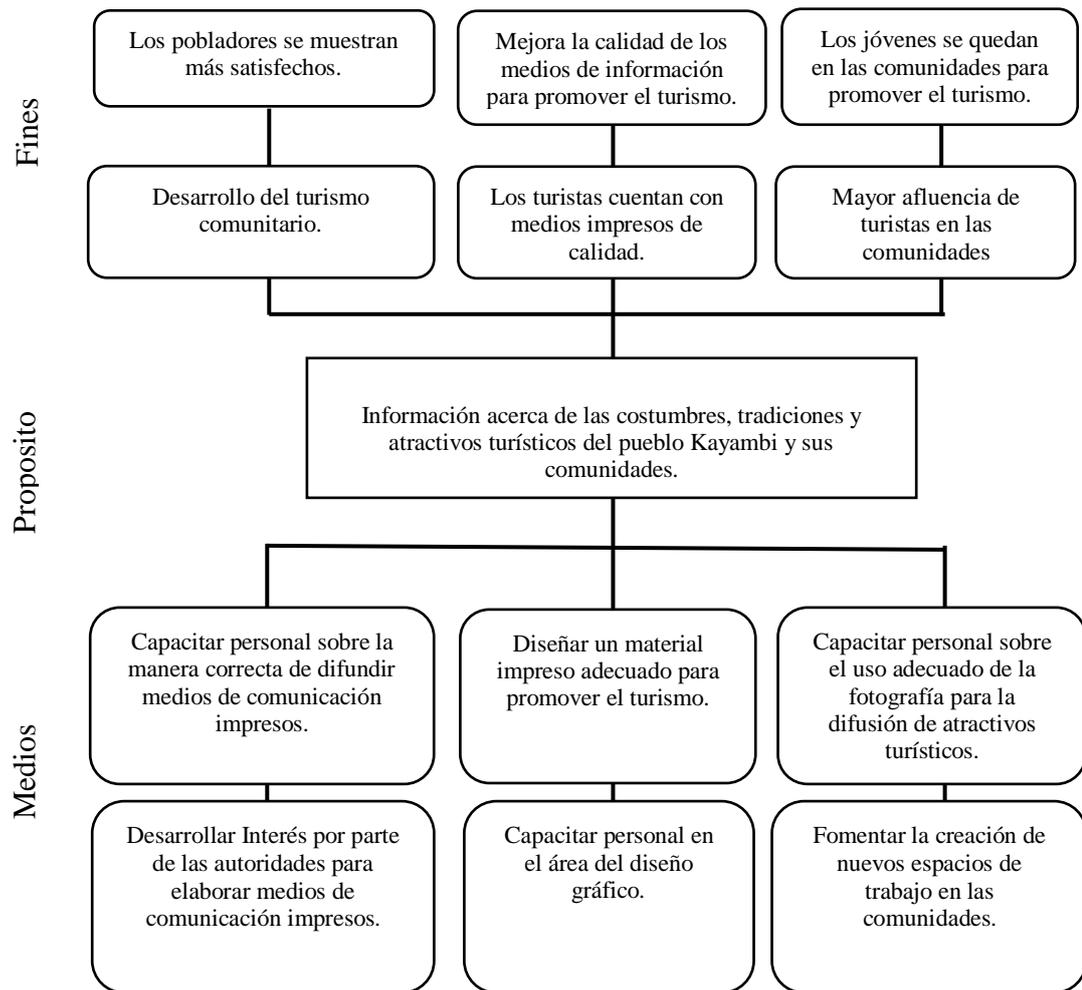


Figura 3: Árbol de Problemas
Elaborado por Wilson Cacuango

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS

4.01. Matriz de Análisis de Alternativas e Identificación de Acciones

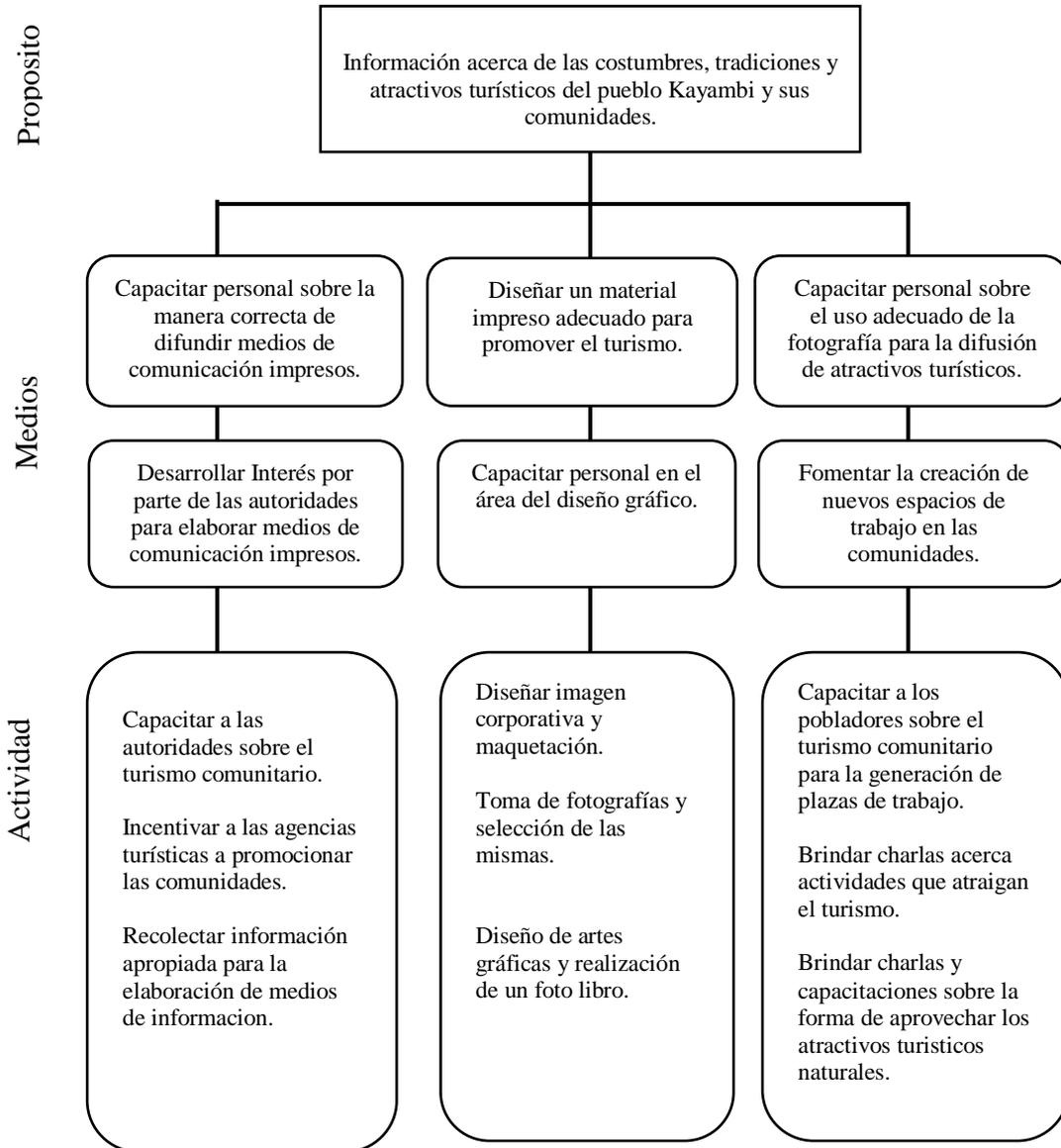


Figura 4: Matriz de análisis de alternativas

Elaborado por Wilson Cacuango

4.01.01 Tamaño del proyecto

La elaboración de este proyecto está destinada a los habitantes de las comunidades de la Primavera Ughsa y Zuleta con el fin de captar la atención de los turistas y promover el turismo comunitario.

Grupo objetivo

Edad: 16 años en adelante

Sexo: Masculino y femenino

Situación geográfica: Provincia de Imbabura

Nacionalidad: Indistinta

- N = tamaño del universo 1500
- P = Probabilidad de ocurrencia respuesta positiva(p) = 0,5
- Q = probabilidad de no ocurrencia respuestas negativas (q) = 0,5
- Z = nivel de confiabilidad del 95% Z critico = 1,96
- E = límite de error maestral. Porcentaje de error (e)= 0,5% (0,05)

$$n = \frac{N \times P \times Q}{(N-1) \times (E/K)^2 + P \times Q}$$

$$n = \frac{1500 \times 0,5 \times 0,5}{(1500 - 1) \times (0,05/2)^2 + 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{375}{1499 \times 0,00065 + 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{375}{1,22435}$$

$$n = 306$$

4.01.02. Localización del Proyecto

El presente proyecto a realizar está ubicado en las comunidades de la Primavera Ugsha y Zuleta localizadas en la provincia de Imbabura.

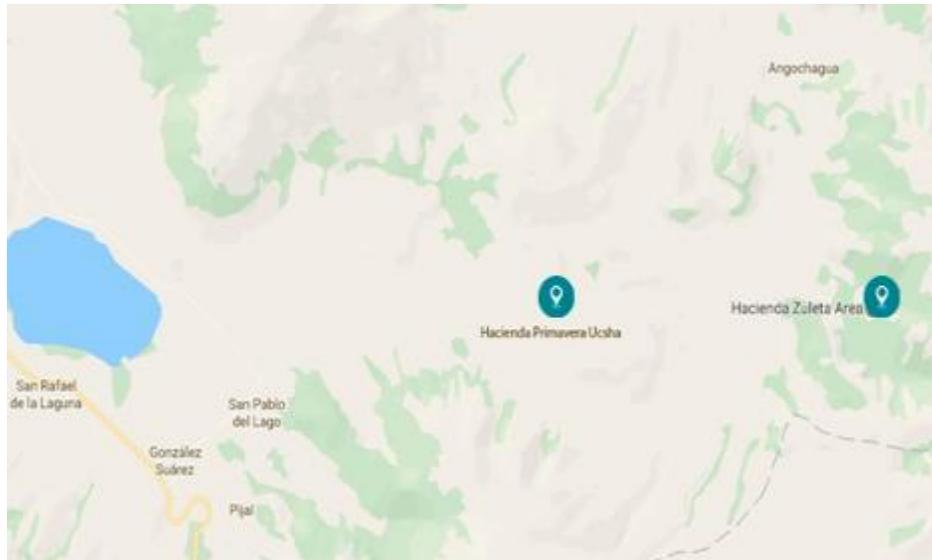


Figura 5. Localización del Proyecto

Fuente. (*maps, 2017*)

4.02 Análisis ambiental

En el desarrollo de un proyecto hay que tomar en cuenta al medio ambiental y el impacto que este podría causar, gracias a este análisis podremos identificar los pros y los contras que podría tener la elaboración de dicho proyecto y realizar medidas de prevención que ayuden a minimizar o eliminar el impacto ambiental.

4.02.01. Impacto Positivo.

El desarrollo del foto libro será impreso a full color, utilizaremos tintas y papeles reciclables que sean amigables con el medio ambiente y con un sistema de biodegradación más rápido, de esta manera minimizar el daño al ecosistema.

4.02.02 Impacto Negativo.

Tomando en cuenta que será necesario la impresión del foto libro y varios artículos promocionales como afiches, volantes, roll ups, que no son reciclables, al igual que las tintas tóxicas y el papel que se usan para las impresiones, generan un daño ambiental se optará por usar la menor cantidad posible de material impreso de tal manera que el daño ambiental no sea tan elevado, realizar la mayor cantidad de impresiones en un papel que sea ecológico, el cual facilite el menor impacto en el ambiente.

4.02.03 Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos

Tabla 3 Impacto de los objetivos del pueblo Kayambi "Ugsha Zuleta", 2017

Objetivos	Impacto sobre el Propósito	Factibilidad Técnica	Factibilidad Financiera	Factibilidad Social	Factibilidad Política	Total	Categoría
Capacitar personal sobre la manera correcta de difundir medios de comunicación impresos.	5	5	4	4	4	22	Media
Desarrollar Interés por parte de las autoridades para elaborar medios de comunicación impresos.	5	4	4	5	4	22	Media
Diseñar un material impreso adecuado para promover el turismo.	5	5	4	5	4	23	Media
Capacitar personal en el área del diseño gráfico.	5	4	4	5	4	22	Media
Capacitar personal sobre el uso adecuado de la fotografía para la difusión de atractivos turísticos.	5	4	3	5	4	21	Media
Fomentar la creación de nuevos espacios de trabajo en las comunidades.	5	4	4	4	4	21	Media

Alta= 21-25 Media= 16-20 Baja= 15-0

Elaborado por Wilson Cacuango

4.03. Diagrama de Estrategias

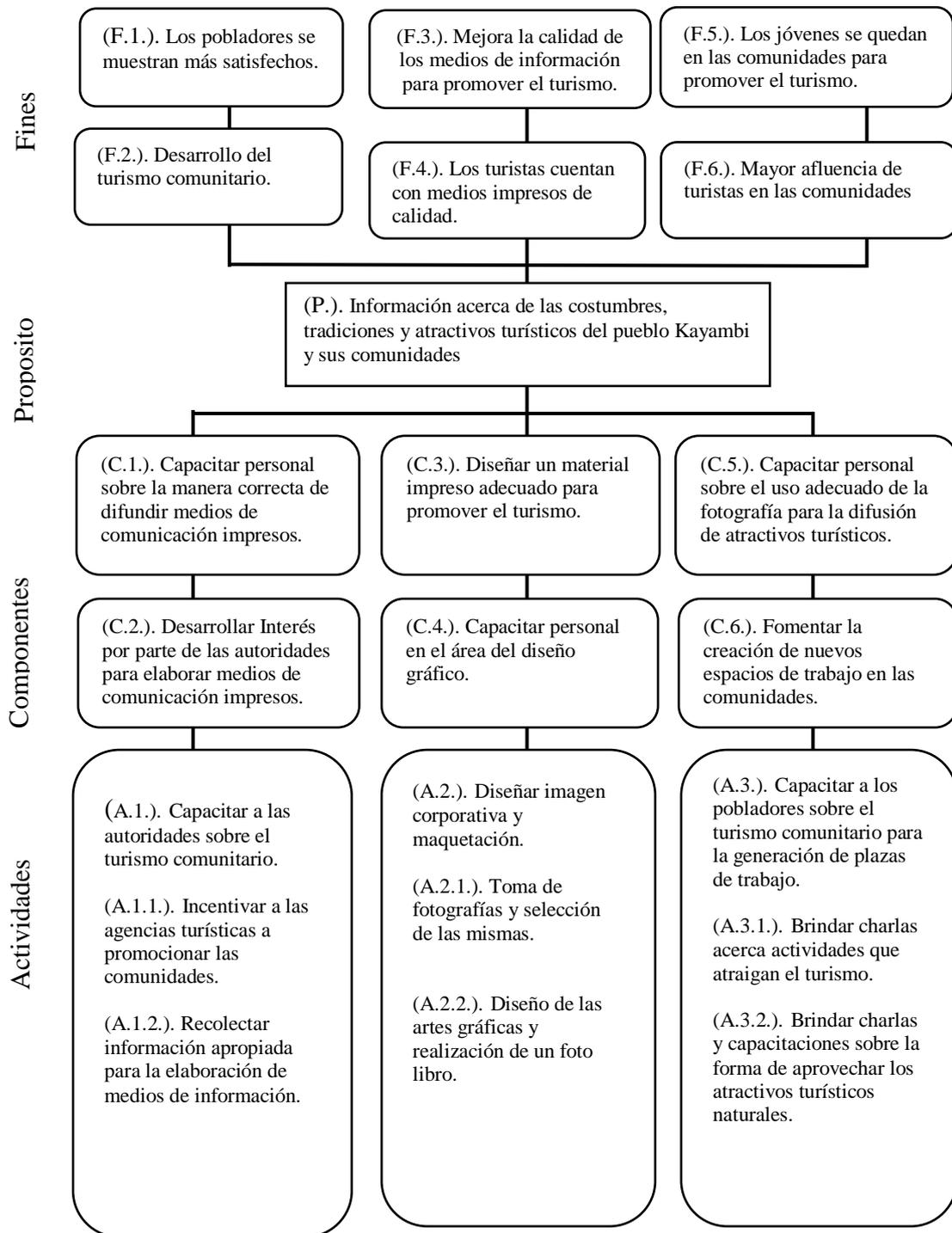


Figura 6: Diagrama de Estrategias
Elaborado por Wilson Cacuango

Tabla 4 Revisión de los Criterios para Indicadores,2016

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	META				
			Cantidad.	Calidad.	Tiempo	Lugar	Grupo Social
Fines	(F1.). Los pobladores se muestran más satisfechos.	Se espera que el ánimo de los pobladores incremente en un 95%.	291	Excelente	6 meses	Provincia de Imbabura	Medio
	(F2.). Desarrollo del turismo comunitario.	Se espera que el turismo aumente en un 95 %.	291	Excelente	6 meses	Provincia de Imbabura	Medio
	(F3.). Mejora la calidad de los medios de información para promover el turismo.	se espera que los diseños de las piezas graficas mejoren en un 90%.	275	Excelente	6 meses	Provincia de Imbabura	Medio
	(F4.). los turistas cuentan con medios impresos de calidad.	Se espera captar el interés de los turistas en un 95%.	291	alta	6 meses	Provincia de Imbabura	Medio
	F5.). Los jóvenes se quedan en las comunidades para promover el turismo.	Se espera que los jóvenes se queden en las comunidades a promover el turismo comunitario en un 75%.	230	alta	6 meses	Provincia de Imbabura	Medio
	(F6.). Mayor afluencia de turistas en las comunidades	Existirá un 90% de turismo comunitario.	278	alta	6 meses	Provincia de Imbabura	Medio
Propósito	P.- Información acerca de las costumbres, tradiciones y atractivos turísticos del pueblo Kayambi y sus comunidades.	La elaboración se realizará en un 100%.	1	Alta	6 meses	Provincia de Imbabura	Medio
Componentes	(C.1.). Capacitar personal sobre la manera correcta de difundir medios de comunicación impresos.	Se espera que los pobladores tengan un 90% de conocimiento acerca de cómo promover el turismo.	275	media	6 meses	Provincia de Imbabura	Medio
	(C.2.). Desarrollar Interés por parte de las autoridades para elaborar medios de comunicación impresos.	Se espera mayor interés por las autoridades para elaborar medios de comunicación	275	Excelente	6 meses	Provincia de Imbabura	Medio

ELABORACIÓN DE UN FOTO LIBRO PARA DAR A CONOCER LAS COSTUMBRES, TRADICIONES Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LOS PUEBLOS KAYAMBIS EN LAS COMUNIDADES DE LA PRIMAVERA UGSHA Y ZULETA EN LA PROVINCIA DE IMBABURA.

		impresos en un 90%.					
	(C.3.). Diseñar un material impreso adecuado para promover el turismo.	Existirá un material impreso adecuado.	1	Alta	6 meses	Provincia de Imbabura Jipijapa	Medio
	(C.4.). Capacitar personal en el área gráfica.	Se espera que con la capacitación al personal las piezas graficas mejoren en un 80%.	245	Excelente	6 meses	Provincia de Imbabura	Medio
	(C.5.). Capacitar personal sobre el uso adecuado de la fotografía para la difusión de atractivos turísticos.	Se capacitara personal en el área de la fotografía en un 90%	275	alta	6 meses	Provincia de Imbabura	Medio
	(C.6.). fomentarla creación de nuevos espacios de trabajo en las comunidades.	Se espera que el trabajo en las comunidades se incremente en un 75%.	230	alta	6 meses	Provincia de Imbabura	Medio
	(A.1.). Capacitar a las autoridades sobre el turismo comunitario.	Se capacitara a las autoridades mediante conferencias.	1	Alta	1 semana	Provincia de Imbabura	Medio
	(A.1.1.). Incentivar a las agencias turísticas a promocionar las comunidades.	Aumentará la confianza de las agencias turísticas.	1	Alta	1 día	Provincia de Imbabura	Medio
Actividades	(A.2.). Diseñar imagen corporativa y maquetación.	Se realizará el diseño de la imagen corporativa y maquetación del foto libro.	1	Alta	1 mes	Provincia de Imbabura	Medio
	(A.2.1.). Toma de fotografías y selección de las mismas.	Se realizará la toma de fotografías y selección de las mismas.	1	Alta	3 semanas	Provincia de Imbabura	Medio
	(A.2.2.). Diseño de las artes gráficas y realización de un foto libro.	Se realizará el de diseño de las artes gráficas y un foto libro.	5	Alta	1 mes	Provincia de Imbabura	Medio

	(A.3.). Capacitar a los pobladores sobre el turismo comunitario para la generación de plazas de trabajo.	Capacitar a los pobladores sobre el turismo comunitario ayudara a generar fuentes de empleo.	1	Alta	1 día	Provincia de Imbabura	Medio
	(A.3.1.). Brindar charlas acerca actividades que atraigan el turismo.	Generar aspectos positivos sobre el turismo en los pobladores	2	Alta	2 días	Provincia de Imbabura	Medio
	(A.3.2.). Brindar charlas y capacitaciones sobre la forma de aprovechar los atractivos turísticos naturales.	Se espera que con las capacitaciones realizadas se pueda aprovechar los atractivos naturales de una manera mas apropiada.	1	alta	1 día	Provincia de Imbabura	Medio

Elaborado por Wilson Cacuango

4.03.01 Selección de Indicadores

Tabla 5 Selección de indicadores

Nivel	Resumen Narrativo	Indicadores	Clasificadores de Indicadores					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
Finalidades	(F1.). Los pobladores se muestran más satisfechos.	Se espera que el ánimo de los pobladores incremente en un 95%.	X	X	X	X	X	5	Alto
	(F2.). Desarrollo del turismo comunitario.	Se espera que el turismo aumente en un 95 %.	X	X	X		X	4	Alto
	(F3.). Mejora la calidad de los medios de información para promover el turismo.	se espera que los diseños de las piezas graficas mejoren en un 90%.	X		X	X	X	4	Alto
	(F4.). los turistas cuentan con medios impresos de calidad.	Se espera captar el interés de los turistas en un 95%.	X	X	X		X	4	Alto
	F5.). Los jóvenes se quedan en las comunidades para promover el turismo.	Se espera que los jóvenes se queden en las comunidades a promover el turismo comunitario en un 75%.	X	X	X	X	X	5	Alto
	(F6.). Mayor afluencia de turistas en las comunidades	Existirá un 90% de turismo comunitario.	X	X	X	X	X	5	Alto
Propósito	P.- Información acerca de las costumbres, tradiciones y atractivos turísticos del pueblo Kayambi y sus comunidades.	La elaboración se realizará en un 100%.	X	X	X	X	X	5	Alto
Componentes	(C.1.). Capacitar personal sobre la manera correcta de difundir medios de comunicación impresos.	Se espera que los pobladores tengan un 90% de conocimiento acerca de cómo promover el turismo.	X	X		X	X	4	Alto
	(C.2.). Desarrollar Interés por parte de las autoridades para elaborar medios de comunicación impresos.	Se espera mayor interés por las autoridades para elaborar medios de comunicación impresos en un 90%.	X	X		X	X	4	Alto
	(C.3.). Diseñar un material impreso adecuado para promover el turismo.	Existirá un material impreso adecuado.	X	X	X	X	X	5	Alto

	(C.4.). Capacitar personal en el área gráfica.	Se espera que con la capacitación al personal las piezas graficas mejoren en un 80%.	X	X	X	X	X	5	Alto
	(C.5.). Capacitar personal sobre el uso adecuado de la fotografía para la difusión de atractivos turísticos.	Se capacitara personal en el área de la fotografía en un 90%	X	X	X	X	X	5	Alto
	(C.6.). fomentarla creación de nuevos espacios de trabajo en las comunidades.	Se espera que el trabajo en las comunidades se incremente en un 75%.	X	X	X	X	X	5	Alto
Actividades	(A.1.). Capacitar a las autoridades sobre el turismo comunitario.	Se capacitara a las autoridades mediante conferencias.	X	X	X	X	X	5	Alto
	(A.1.1.). Incentivar a las agencias turísticas a promocionar las comunidades.	Aumentará la confianza de las agencias turísticas.	X	X	X		X	4	Alto
	(A.2.). Diseñar imagen corporativa y maquetación.	Se realizará el diseño de la imagen corporativa y maquetación del foto libro.	X	X	X	X	X	5	Alto
	(A.2.1.). Toma de fotografías y selección de las mismas.	Se realizará la toma de fotografías y selección de las mismas.	X	X	X	X	X	5	Alto
	(A.2.2.). Diseño de las artes gráficas y realización de un foto libro.	Se realizará el de diseño de las artes gráficas y un foto libro.	X	X	X	X	X	5	Alto
	(A.3.). Capacitar a los pobladores sobre el turismo comunitario para la generación de plazas de trabajo.	Capacitar a los pobladores sobre el turismo comunitario ayudara a generar fuentes de empleo.	X	X	X	X	X	5	Alto
	(A.3.1.). Brindar charlas acerca actividades que atraigan el turismo.	Generar aspectos positivos sobre el turismo en los pobladores	X	X	X	X	X	5	Alto
	(A.3.2.). Brindar charlas y capacitaciones sobre la forma de aprovechar los atractivos turísticos naturales.	Se espera que con las capacitaciones realizadas se pueda aprovechar los atractivos naturales de una manera más apropiada.	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.

Elaborado por Wilson Cacuango

ELABORACIÓN DE UN FOTO LIBRO PARA DAR A CONOCER LAS COSTUMBRES, TRADICIONES Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LOS PUEBLOS KAYAMBIS EN LAS COMUNIDADES DE LA PRIMAVERA UGSHA Y ZULETA EN LA PROVINCIA DE IMBABURA.

Tabla 6 Medios de verificación

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
Fines	(F1.). Los pobladores se muestran más satisfechos.	Se espera que el ánimo de los pobladores incremente en un 95%.	Secundaria	Entrevista	Simple verificación	6 meses	Investigador
	(F2.). Desarrollo del turismo comunitario.	Se espera que el turismo aumente en un 95 %.	Primario	Encuesta	Estadístico	6 meses	Investigador
	(F3.). Mejora la calidad de los medios de información para promover el turismo.	se espera que los diseños de las piezas graficas mejoren en un 90%.	Secundario	Observación directa	Simple verificación	6 meses	Investigador
	(F4.). los turistas cuentan con medios impresos de calidad.	Se espera captar el interés de los turistas en un 95%.	Primario	Encuesta	Estadístico	6 meses	Investigador
	F5.). Los jóvenes se quedan en las comunidades para promover el turismo.	Se espera que los jóvenes se queden en las comunidades a promover el turismo comunitario en un 75%.	Secundaria	Entrevista	Simple verificación	6 meses	Investigador
	(F6.). Mayor afluencia de turistas en las comunidades	Existirá un 90% de turismo comunitario.	Primario	Observación directa	Simple verificación	6 meses	Investigador
Propósito	P.- Información acerca de las costumbres, tradiciones y atractivos	La elaboración se realizará en un 100%.	Primario	Encuesta	estadístico	6 meses	Investigador

ELABORACIÓN DE UN FOTO LIBRO PARA DAR A CONOCER LAS COSTUMBRES, TRADICIONES Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LOS PUEBLOS KAYAMBIS EN LAS COMUNIDADES DE LA PRIMAVERA UGSHA Y ZULETA EN LA PROVINCIA DE IMBABURA.

	turísticos del pueblo Kayambi y sus comunidades.						
Componentes	(C.1). Capacitar personal sobre la manera correcta de difundir medios de comunicación impresos.	Se espera que los pobladores tengan un 90% de conocimiento o acerca de cómo promover el turismo.	Secundario	Observación directa	Simple verificación	6 meses	Investigador
	(C.2). Desarrollar Interés por parte de las autoridades para elaborar medios de comunicación impresos.	Se espera mayor interés por las autoridades para elaborar medios de comunicación impresos en un 90%.	Secundario	Observación directa	Simple verificación	6 meses	Investigador
	(C.3). Diseñar un material impreso adecuado para promover el turismo.	Existirá un material impreso adecuado.	Secundario	Observación directa	Simple verificación	6 meses	Investigador
	(C.4). Capacitar personal en el área gráfica.	Se espera que con la capacitación al personal las piezas gráficas mejoren en un 80%.	Secundario	Información	Simple verificación	1 año	Investigador
	(C.5). Capacitar personal sobre el uso adecuado de la fotografía para la difusión de atractivos turísticos.	Se capacitará personal en el área de la fotografía en un 90%	Secundario	Información	Simple verificación	6 meses	Investigador
	(C.6). fomentar la creación de nuevos espacios de trabajo en	Se espera que el trabajo en las comunidades se	Secundario	Información	Simple verificación	6 meses	Investigador

ELABORACIÓN DE UN FOTO LIBRO PARA DAR A CONOCER LAS COSTUMBRES, TRADICIONES Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LOS PUEBLOS KAYAMBIS EN LAS COMUNIDADES DE LA PRIMAVERA UGSHA Y ZULETA EN LA PROVINCIA DE IMBABURA.

	las comunidades.	incremente en un 75%.					
Actividades	(A.1.). Capacitar a las autoridades sobre el turismo comunitario.	Se capacitará a las autoridades mediante conferencias.	Primario	Encuestas	Estadístico	6 meses	Investigador
	(A.1.1.). Incentivar a las agencias turísticas a promocionar las comunidades.	Aumentará la confianza de las agencias turísticas.	Secundario	entrevistas	Simple verificación	6 meses	Investigador
	(A.2.). Diseñar imagen corporativa y maquetación.	Se realizará el diseño de la imagen corporativa y maquetación del foto libro.	Secundario	Observación directa	Simple verificación	1 mes	Investigador
	(A.2.1.). Toma de fotografías y selección de las mismas.	Se realizará la toma de fotografías y selección de las mismas.	Secundario	Observación directa	Simple verificación	1 mes	Investigador
	(A.2.2.). Diseño de las artes gráficas y realización de un foto libro.	Se realizará el de diseño de las artes gráficas y un foto libro.	Secundario	Observación directa	Simple verificación	1 mes	Investigador
	(A.3.). Capacitar a los pobladores sobre el turismo comunitario para la generación de plazas de trabajo.	Capacitar a los pobladores sobre el turismo comunitario ayudara a generar fuentes de empleo.	Secundario	Observación directa	Simple verificación	6 meses	Investigador
	(A.3.1.). Brindar charlas acerca actividades que atraigan el turismo.	Generar aspectos positivos sobre el turismo en los pobladores	Secundario	Entrevistas	Simple verificación	6 meses	Investigador

ELABORACIÓN DE UN FOTO LIBRO PARA DAR A CONOCER LAS COSTUMBRES, TRADICIONES Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LOS PUEBLOS KAYAMBIS EN LAS COMUNIDADES DE LA PRIMAVERA UGSHA Y ZULETA EN LA PROVINCIA DE IMBABURA.

	(A.3.2.). Brindar charlas y capacitaciones sobre la forma de aprovechar los atractivos turísticos naturales.	Se espera que con las capacitaciones realizadas se pueda aprovechar los atractivos naturales de una manera más apropiada.	Secundario	entrevistas	Simple verificación	6 meses	Investigador
--	---	---	------------	-------------	---------------------	---------	--------------

Elaborado por Wilson Cacuango

4.03.02 Supuestos

Tabla 7 Supuestos

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Finalidades	(F1.). Los pobladores se muestran más satisfechos.	No hay organización de los pobladores.		X	X		
	(F2.). Desarrollo del turismo comunitario.	Disminuye el turismo por mal clima en la zona.				X	
	(F3.). Mejora la calidad de los medios de información para promover el turismo.	No hay un diseñador Gráfico.	X				
	(F4.). los turistas cuentan con medios impresos de calidad.	Los turistas no se interesan en conocer las comunidades por falta transporte para llegar a las mismas.	X		X		
	F5.). Los jóvenes se quedan en las comunidades para promover el turismo.	No se genera trabajo en la zona.	X		X		
	(F6.). Mayor afluencia de turistas en las comunidades.	No existe turismo comunitario por mala organización de los pobladores	X		X		X
Propósito	P.- Información acerca de las costumbres, tradiciones y atractivos turísticos del pueblo Kayambi y sus comunidades.	No hay información por enfermedad del investigador.					
Componentes	(C.1.). Capacitar personal sobre la manera correcta de difundir medios de comunicación impresos.	No se puede completar el presupuesto para los capacitadores.	X		X		
	(C.2.). Desarrollar Interés por parte de las autoridades para	Las autoridades	X	X	X		

ELABORACIÓN DE UN FOTO LIBRO PARA DAR A CONOCER LAS COSTUMBRES, TRADICIONES Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LOS PUEBLOS KAYAMBIS EN LAS COMUNIDADES DE LA PRIMAVERA UGSHA Y ZULETA EN LA PROVINCIA DE IMBABURA.

	elaborar medios de comunicación impresos.	tienen otros intereses.					
	(C.3.). Diseñar un material impreso adecuado para promover el turismo.	No se puede concluir con los diseños por falla de los equipos tecnológicos.	X				
	(C.4.). Capacitar personal en el área gráfica.	No existe la persona indicada para la capacitación.	X		X		
	(C.5.). Capacitar personal sobre el uso adecuado de la fotografía para la difusión de atractivos turísticos.	Las autoridades utilizan los recursos para otros fines.	X	X	X		
	(C.6.). fomentarla creación de nuevos espacios de trabajo en las comunidades.	El mal clima impide la generación del turismo y la creación de nuevas fuentes de empleo.				X	
Actividades	(A.1.). Capacitar a las autoridades sobre el turismo comunitario.	La población no tiene interés por aprender .	X		X		
	(A.1.1.). Incentivar a las agencias turísticas a promocionar las comunidades.	Las agencias publicitarias no les interesa las comunidades.			X		
	(A.2.). Diseñar imagen corporativa y maquetación.	Inexistencia de un programa adecuado para realizar los diseños.	X				
	(A.2.1.). Toma de fotografías y selección de las mismas.	No se pudieron tomar las fotos por rotura de la cámara .y pérdida de los equipos.	X				
	(A.2.2.). Diseño de las artes gráficas y realización de un foto libro.	No se pudo realizar los diseños por daños en los equipos.	X				
	(A.3.). Capacitar a los pobladores sobre el turismo comunitario	Los recursos destinados para los		X			

ELABORACIÓN DE UN FOTO LIBRO PARA DAR A CONOCER LAS COSTUMBRES, TRADICIONES Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LOS PUEBLOS KAYAMBIS EN LAS COMUNIDADES DE LA PRIMAVERA UGSHA Y ZULETA EN LA PROVINCIA DE IMBABURA.

	para la generación de plazas de trabajo.	capacitadores se usaron en otras actividades.					
	(A.3.1.). Brindar charlas acerca actividades que atraigan el turismo.	No se pudo capacitar a los pobladores por falta de un espacio adecuado.	X		X		
	(A.3.2.). Brindar charlas y capacitaciones sobre la forma de aprovechar los atractivos turísticos naturales.	Los pobladores destinan su tiempo para otras actividades .	X		X		

Elaborado por Wilson Cacuango

4.03.03. Matriz de Marco Lógico (MML)

Tabla 8 Matriz de Marco Lógico

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación	Supuestos
Fines	(F1.). Los pobladores se muestran más satisfechos.	Se espera que el ánimo de los pobladores incremente en un 95%.	Secundaria Entrevista Simple verificación	No hay organización de los pobladores.
	(F2.). Desarrollo del turismo comunitario.	Se espera que el turismo aumente en un 95 %.	Primaria Encuesta Estadístico	Disminuye el turismo por mal clima en la zona.
	(F3.). Mejora la calidad de los medios de información para promover el turismo.	se espera que los diseños de las piezas graficas mejoren en un 90%.	Secundaria Observación directa Simple verificación	No hay un diseñador Gráfico.
	(F4.). los turistas cuentan con medios impresos de calidad.	Se espera captar el interés de los turistas en un 95%.	Primaria Encuesta Estadístico	Los turistas no se interesan en conocer las comunidades por falta transporte para llegar a las mismas.
	F5.). Los jóvenes se quedan en las comunidades para promover el turismo.	Se espera que los jóvenes se queden en las comunidades a promover el turismo comunitario en un 75%.	Secundaria Entrevista Simple verificación	No se genera trabajo en la zona.
	(F6.). Mayor afluencia de turistas en las comunidades	Existirá un 90% de turismo comunitario.	Primario Observación directa Simple verificación	No existe turismo comunitario por mala organización de los pobladores
Propósito	P.- Información acerca de las costumbres, tradiciones y atractivos turísticos del pueblo Kayambi y sus comunidades.	La elaboración se realizará en un 100%.	Primaria Encuesta Estadístico	No hay información por enfermedad del investigador.
Componentes	(C.1.). Capacitar personal sobre la manera correcta de difundir medios de comunicación impresos.	Se espera que los pobladores tengan un 90% de conocimiento acerca de cómo promover el turismo.	Secundaria Observación directa simple verificación	No se puede completar el presupuesto para los capacitadores.
	(C.2.). Desarrollar Interés por parte de las autoridades para elaborar medios de comunicación impresos.	Se espera mayor interés por las autoridades para elaborar medios de comunicación impresos en un 90%.	Secundaria Observación directa simple verificación	Las autoridades tienen otros intereses.
	(C.3.). Diseñar un material impreso adecuado para promover el turismo.	Existirá un material impreso adecuado.	Secundaria Observación directa simple verificación	No se puede concluir con los diseños por falla de los equipos tecnológicos.
	(C.4.). Capacitar personal en el área gráfica.	Se espera que con la capacitación al personal	Secundaria Información	No existe la persona indicada para la capacitación.

ELABORACIÓN DE UN FOTO LIBRO PARA DAR A CONOCER LAS COSTUMBRES, TRADICIONES Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LOS PUEBLOS KAYAMBIS EN LAS COMUNIDADES DE LA PRIMAVERA UGSHA Y ZULETA EN LA PROVINCIA DE IMBABURA.

		las piezas graficas mejoren en un 80%.	simple verificación	
	(C.5.). Capacitar personal sobre el uso adecuado de la fotografía para la difusión de atractivos turísticos.	Se capacitara personal en el área de la fotografía en un 90%	Secundaria Información simple verificación	Las autoridades utilizan los recursos para otros fines.
	(C.6.). fomentarla creación de nuevos espacios de trabajo en las comunidades.	Se espera que el trabajo en las comunidades se incremente en un 75%.	Secundaria Información simple verificación	El mal clima impide la generación del turismo y la creación de nuevas fuentes de empleo.
Actividades	(A.1.). Capacitar a las autoridades sobre el turismo comunitario.	Se capacitara a las autoridades mediante conferencias.	Primaria Encuesta Estadístico	La población no tiene interés por aprender .
	(A.1.1.). Incentivar a las agencias turísticas a promocionar las comunidades.	Aumentará la confianza de las agencias turísticas.	Secundaria Entrevista simple verificación	Las agencias publicitarias no les interesa las comunidades.
	(A.2.). Diseñar imagen corporativa y maquetación.	Se realizará el diseño de la imagen corporativa y maquetación del foto libro.	Secundario Observación directa Simple verificación	Inexistencia de un programa adecuado para realizar los diseños.
	(A.2.1.). Toma de fotografías y selección de las mismas.	Se realizará la toma de fotografías y selección de las mismas.	Secundario Observación directa Simple verificación	No se pudieron tomar las fotos por rotura de la cámara .y perdida de los equipos.
	(A.2.2.). Diseño de las artes gráficas y realización de un foto libro.	Se realizará el de diseño de las artes gráficas y un foto libro.	Secundario Observación directa Simple verificación	No se pudo realizar los diseños por daños en los equipos.
	(A.3.). Capacitar a los pobladores sobre el turismo comunitario para la generación de plazas de trabajo.	Capacitar a los pobladores sobre el turismo comunitario ayudara a generar fuentes de empleo.	Secundario Observación directa Simple verificación	Los recursos destinados para los capacitadores se usaron en otras actividades.
	(A.3.1.). Brindar charlas acerca actividades que atraigan el turismo.	Generar aspectos positivos sobre el turismo en los pobladores	Secundario Entrevista Simple verificación	No se pudo capacitar a los pobladores por falta de un espacio adecuado.
	(A.3.2.). Brindar charlas y capacitaciones sobre la forma de aprovechar los atractivos turísticos naturales.	Se espera que con las capacitaciones realizadas se pueda aprovechar los atractivos naturales de una manera más apropiada.	Secundario Entrevista Simple verificación	Los pobladores destinan su tiempo para otras actividades .

Elaborado por Wilson Cacuango

CAPÍTULO V

5. PROPUESTA

5.01. Antecedentes de la Herramienta y Perfil de la Propuesta

Los libros los cuales son conjunto de páginas con texto e imagen que posee varias características como portada, contraportada, hojas de agradecimiento y contenido encuadrados en un orden que sea legible para considerar un libro como tal debe tener un número de páginas mínimo de 50.

(Porto & Merino, 2009) menciona que: de acuerdo a la UNESCO, un libro debe tener 50 o más hojas. En el caso contrario, es considerado un folleto. Cabe destacar, de todas formas, que existen los libros digitales (los e-books, que no tienen hojas sino que son archivos para leer en una computadora o en algún dispositivo electrónico específico) y los audiolibros (el registro de alguien leyendo, de modo tal que el libro sea accesible para los no videntes, por ejemplo).

El foto libro es un conjunto de fotografías con una temática determinada para cada foto libro se diagramada de distintas formas y formatos dependiendo de la temática con la que se esté realizando y se puede elaborar fácilmente en distintos programas de diseño editorial. “Un photobook o foto libro es un libro impreso con calidad profesional, como un libro de arte, como los que se pueden comprar en una librería, pero impreso con tus propias fotos” (Anonimo, 2013).

5.02 Marco Teórico

5.02.01 Usabilidad

El desarrollo del proyecto tiene como objetivo informar a los turistas nacionales y extranjeros acerca del pueblo Kayambi y sus comunidades, generando un desarrollo del turismo comunitario y al mismo tiempo un ingreso económico para el desarrollo de las comunidades.

5.02.02 Fotografía

La fotografía es un medio de comunicación y una forma para promover distintas actividades o situaciones sociales, políticas o económicas así. mediante la fotografía mostrar o expresar momentos que no se pueden describir con palabras. siendo muchos de estos atractivos turísticos culturales y gastronómicos alrededor del mundo.

(Bembibre, Fotografía, 2008) menciona que: El término fotografía procede del griego y quiere decir "diseñar o escribir con luz". Llamamos fotografía al proceso de capturar imágenes mediante algún dispositivo tecnológico sensible a la luz, que se basa en el principio de la cámara oscura. El sistema original de fotografía que se mantuvo hasta hace algunos años actuaba con películas sensibles con el propósito de almacenar la imagen capturada para luego imprimirla. Más recientemente, se utilizan sistemas digitales con sensores y memorias para tomar fotos de una forma más sencilla, rápida y con mejores resultados.

5.02.03. Diseño Gráfico

El diseño Gráfico es una profesión relacionada a la imagen y publicidad que tiene como objetivo transmitir ideas y mensajes mediante diseños impresos o digitales.

(Bembibre, Diseño Gráfico, 2008) afirma que: El diseño gráfico es una disciplina y profesión que tiene el fin de idear y proyectar mensajes a través de la imagen. Al diseño gráfico se lo llama también "de la comunicación visual" y esto es así puesto que entraña una íntima relación con la comunicación como ciencia teórica y disciplina gráfica. Se entiende por diseño gráfico a la práctica de desarrollo y ejecución de mensajes visuales que contemplan aspectos informativos,

estilísticos, de identidad, de persuasión, tecnológicos, productivos y de innovación.

5.02.04. Diseño editorial

El diseño editorial nace del diseño gráfico y se enfoca en la composición de revistas diarios catálogos libros y todo medio de comunicación impreso llevando una línea editorial para cada producto.

(Ghinaglia, 2007) señala que: El diseño editorial es la rama del diseño gráfico que se especializa en la maquetación y composición de distintas publicaciones tales como libros, revistas o periódicos. Incluye la realización de la gráfica interior y exterior de los textos, siempre teniendo en cuenta un eje estético ligado al concepto que define a cada publicación y teniendo en cuenta las condiciones de impresión y de recepción. Los profesionales dedicados al diseño editorial buscan por sobre todas las cosas lograr una unidad armónica entre el texto, la imagen y diagramación, que permita expresar el mensaje del contenido, que tenga valor estético y que impulse comercialmente a la publicación.

5.02.05. Maquetación

La maquetación va de la mano con el diseño editorial y se enfoca en la diagramación de diferentes productos impresos manteniendo una composición en cuanto a los colores, tipografía, ubicación y proporciones para su impresión.

(Ghinaglia, 2007) menciona que: Es un tema que tiene relación con los principios del diseño: composición, color y conceptos tipográficos mezclados de manera armónica. Compositivamente hablando, del concepto maquetación está ligado a las proporciones de los elementos de la página, el orden que se le da a los pesos visuales, la jerarquía con la que se ubican los elementos primero, o después, adelante o atrás, arriba o abajo, full color, blanco y negro, claro, oscuro o resaltado,

5.02.06. Planos fotográficos

Los planos fotográficos es una técnica de la fotografía que nos permite abarcar mayor o menor enfoque en cuanto a los objetivos a capturar y lo que queremos dar a conocer o expresar mediante la fotografía. "Ofrecen múltiples significados y sensaciones, utilizarlos de forma consciente, se convertirá en una forma más de transmitir una emoción, un mensaje; en definitiva, te ayudarán a explicar la historia que has decidido representar en imágenes"

(Blois, 2014). Dentro de los distintos planos fotográficos podemos mencionar los siguientes.

Gran plano general o plano largo:

El plano general en la fotografía es un plano que nos permite abarcar una mayor cantidad de escenario sin darle importancia alguna a ningún objeto o personaje que aparezca en la fotografía.

(Blois, 2014) señala que: El plano general es el más descriptivo, ya que es el plano más abierto (el que capta más porcentaje de escena). Aquí los personajes no tienen identidad o tienen muy poca, ya que lo importante es la localización; el escenario o contexto de la imagen. Los planos generales o largos (a veces también llamados panorámicos) son los que usas por ejemplo para fotografiar paisajes, ya sea urbanos o naturales. Aunque en principio, es un plano en el que no destacan personajes en concreto, puedes usarlo para transferir dramatismo a la imagen.



Figura 7. Gran Plano General o Plano Largo
Autor: Wilson Cacuango

Plano general:

El plano general permite captar un amplio escenario, pero al mismo tiempo captar los personajes u objetos con mayor nitidez sin quitarle la importancia al fondo o escenario.

(Blois, 2014) asegura que: Este plano te permite contemplar los personajes de cuerpo entero, pero también una amplia información del contexto; te permite reconocer al sujeto y al entorno de forma precisa. No es tan 'impersonal' como el anterior, pero el fondo sigue siendo en este punto, igual de importante a nivel visual, como el objeto o persona retratados. Este tipo de imágenes puedes encontrarlas en fotografía documental, moda y viajes entre otros. Es muy utilizado en el lenguaje cinematográfico porque permite situar al espectador en un contexto claro y preciso.



Figura 8 Plano General
Autor: Wilson Cacuango

Plano entero (o plano figura)

En el plano entero se destaca de una forma más importante al objeto u sujeto a fotografiar detallando sus características corporales y algo del entorno "desde la cabeza a los pies, pero sin cortar ninguno de los dos. En este plano, empiezas a centrar la atención en el personaje, eres capaz de reconocer todos los detalles y características de lo retratado" (Blois, 2014).



Figura 9. Plano Entero (o Plano Figura)

Autor: Wilson Cacuango

Plano $\frac{3}{4}$ o plano 'americano'

En el plano americano o de $\frac{3}{4}$ se destaca con mayor importancia al sujeto a fotografía, enfocando desde sus rodillas hasta su cabeza resaltando la figura del sujeto.

(Blois, 2014) indica que: Este tipo de plano se conoce con el nombre de 'americano o western' debido a que se popularizó gracias a este género cinematográfico. El plano $\frac{3}{4}$, les permitía un buen encuadre de las cartucheras y un buen ángulo desde el que grabar cuando desenfundaban el arma. En este caso, el sujeto se encuadra aproximadamente de la cabeza hasta, poco más o menos, las rodillas. Este tipo de plano te permite resaltar suficientemente el rostro y la figura de la persona.



Figura 10 Plano $\frac{3}{4}$ o plano 'americano'

Autor: Wilson Cacuango

Plano medio o de cintura

En el plano medio se enfoca desde la cintura hasta la cabeza de la persona a fotografiar, para resaltar su figura y su rostro, este tipo de plano se comúnmente para retratos.

(Blois, 2014) señala que: En este plano sí que centras por completo la atención en el sujeto fotografiado, además te estás acercando más, por lo que el grado de intimidad va aumentando progresivamente. Este plano se caracteriza por encuadrar al personaje desde la cabeza hasta la cintura. Es un plano muy utilizado en moda y en retratos 'formales' (entrevistas, retratos oficiales, presentadores de noticias...). Se considera un tipo de retrato intermedio en el que ya se empiezan a asociar los sentimientos y la intimidad al sujeto fotografiado.



Figura 11. Plano $\frac{3}{4}$ Plano medio o de cintura
Autor: Wilson Cacuango

Plano medio corto (o plano busto)

En el plano medio corto se destaca el busto de la persona a fotografiar con el fin resaltar las características de la persona. “El plano medio corto incluye aproximadamente el rostro y el busto de la persona fotografiada. Aquí ya aparece la figura prácticamente descontextualizada, sobre todo si disparas en vertical. Su finalidad es la de capturar sentimientos, son imágenes más dramáticas y descriptivas” (Blois, 2014).



Figura 12. Plano medio corto (o plano busto)

Autor: Wilson Cacuango

Primer plano:

El primer plano se usa para enfocar desde los hombros y el rostro completo de una persona resaltando con mayor nitidez sus rasgos físicos.

(Blois, 2014) afirma que: Es un plano del rostro incluyendo los hombros o parte de ellos. En este plano, ya se alcanza un grado muy elevado de intimidad. Con él se pretenden realzar los rasgos del rostro, la mirada, la expresión, los gestos... es el retrato del rostro propiamente dicho. Posee una elevada identificación emocional con el espectador.



Figura 13. Primer Plano
Autor: Wilson Cacuango

Primerísimo primer plano

El primerísimo primer plano se utiliza para enfocar el rostro completo de una persona resaltando mucho más los rasgos como sus ojos y todo el contorno de el rostro.

(Blois, 2014) menciona que: La cara rellena por completo el encuadre, por lo que la mirada no se distrae con ningún elemento del fondo. El rostro es el mensaje en sí mismo, a través del cual puedes expresar un pensamiento, un sentimiento o una emoción. Aquí el grado de intimidad y cercanía es extremo, así como el que percibe el espectador que observa la imagen. Puedes analizar perfectamente todos los rasgos de la cara, la mirada, etc. Tiene una gran carga íntima, y normalmente se encuadra desde el inicio de la cabeza hasta aproximadamente la barbilla.



Figura 14. Primerísimo primer plano

Autor: Wilson Cacuango

Plano detalle:

El plano de detalle enfoca detalles específicos como los ojos de una persona logrando transmitir muchos sentimientos emocionales al ver todos los detalles que este plano fotográfico pueden captar.

(Blois, 2014)) afirma que: Muestra el detalle de un objeto o de una persona. Si tienes un macro, este es un plano fascinante, como fascinante es, también, buscar esos detalles que nadie más ve, buscar la belleza en las pequeñas cosas (literalmente), sus texturas, sus colores... Puedes transmitir muchísimas sensaciones con sólo un pequeño fragmento de realidad.



Figura 15. Plano detalle.

Autor: Wilson Cacuango

5.02.07. Ángulos fotográficos

Los ángulos fotográficos son los distintos grados de dirección de arriba, abajo izquierda o derecha en cuanto al objetivo a fotografiar y la cámara. “El ángulo de una fotografía es la inclinación con respecto al suelo, de una línea imaginaria que se genera al fotografiar a un sujeto.” (Lenin-Luna, 2010). Entre los distintos ángulos fotográficos encontramos los siguientes

A Nivel o Normal

El ángulo normal trata de fotografiar al sujeto de frente generalmente abarcando un plano entero de pies a cabeza siendo uno de los ángulos más comunes y más usados en la fotografía.

(Lenin-Luna, 2010) dice que: Es cuando realizamos la fotografía desde el mismo nivel del sujeto al que fotografiamos. Es la posición más natural al momento de hacer una fotografía y la más común. Siendo un poco más explícitos, se puede decir que la línea entre el sujeto y nuestra cámara, es paralela al suelo. En algunas situaciones, como por ejemplo una mascota o un niño, para lograr este tipo de ángulo es necesario agacharse para estar al nivel del sujeto. Generalmente sirve para mostrar o describir algo de manera natural u objetiva y transmite una sensación de estabilidad y tranquilidad, por ser la forma natural en que observamos el mundo



Figura 16. Ángulo a nivel o normal

Autor: Wilson Cacuango

En Picado

El picado trata de capturar la fotografía de arriba hacia abajo produciendo una perspectiva de profundidad o que el sujeto se vea disminuido lo que hace que este ángulo transmita más importancia hacia la parte superior del sujeto.

(Lenin-Luna, 2010) asevera que: En este caso, se realiza la toma de la escena desde una posición más alta que el objeto fotografiado, de arriba hacia abajo. En este tipo de fotografía la perspectiva que se produce produce que el sujeto se vea disminuido en tamaño. En general, este ángulo se usa como recurso compositivo para restar importancia o transmitir una sensación de debilidad o humillación. En casos de paisajes permite incrementar la sensación de profundidad. Muy usado en fotografía de niños y fotografía documental para mostrar la vulnerabilidad del sujeto.



Figura 17. Ángulo en picado
Autor: Wilson Cacuangó

En Contrapicado

El ángulo contrapicado es lo contrario al picado, este tipo de ángulo fotográfico trata de capturar la fotografía desde abajo hacia arriba generando una sensación de grandeza es muy usada en fotografías arquitectónicas y deportivas.

(Lenin-Luna, 2010) señala que: En este caso la fotografía se realiza desde un lugar más bajo que el motivo fotografiado, quedando este más alto que la cámara. La perspectiva que se genera, muestra al engrandecido visualmente, con lo que se logra transmitir mayor importancia y una posición dominante en relación al espectador.



Figura 18. Ángulo en contrapicado.

Autor: Wilson Cacuango

En Cenital

El ángulo cenital es muy parecido al picado, pero en una forma extrema, fotografiando el objeto totalmente perpendicular desde arriba hacia abajo abarcando un mayor plano a enfocar.

(Lenin-Luna, 2010) dice que: Podríamos catalogarlo como un caso específico del ángulo de picado, donde lo llevamos a su punto más extremo, y es justamente lo que sucede. La imagen se toma desde en un ángulo completamente perpendicular, de arriba hacia abajo, con respecto al suelo.



Figura 19. Ángulo en cenital

Autor: Wilson Cacuango

En nadir

El ángulo en nadir es llevar al extremo el ángulo de contrapicado, fotografiando el objeto perpendicularmente “llevamos a su punto extremo, obtenemos un ángulo de tipo nadir. Su uso incrementa la sensación de contrapicado, y llega a transmitir una sensación abrumadora de grandeza ante lo que el espectador observa de abajo hacia arriba (Lenin-Luna, 2010) abarcando un mayor plano de enfoque.



Figura 20. Ángulo en nadir

Autor: Wilson Cacuango

5.02.08 Formatos de imagen digital

Los formatos de imagen son los tipos de archivos digitales en los que se guarda una imagen, el cual dependiendo del formato de imagen nos da más o menos opciones de edición de una imagen al igual que su calidad y tamaño de archivo.

(Onieva, Formatos de imagen: softzone.es, 2016) firma que: En los diferentes dispositivos que nos sirven para llevar a cabo fotografías digitales podemos encontrar un buen número de formatos por los que decantarnos, aunque cada uno de ellos cuenta con una serie de características que lo convierten en más o menos adecuado, dependiendo del proyecto o el uso que vayamos a hacer de la nueva imagen o de las necesidades que tengamos en cada caso.

TIFF

Tiff es un formato de imagen muy usado para guardar imágenes de alta resolución que nos permite trabajar los archivos sin perder calidad, resolución y pixeles durante el proceso de edición de una imagen. “Por todo ello este es un formato que se suele utilizar para llevar a cabo montajes fotográficos y proyectos que requieran alta calidad en las imágenes y donde no importe demasiado el espacio que ocupen” (Onieva, 2016).

RAW

El formato de imagen raw se lo conoce como cuarto oscuro, este tipo de formato nos permite trabajar una imagen antes de convertirla en jpg. “su principal característica es que este es un tipo de fichero que almacena toda la información que el sensor del dispositivo con el que hayamos hecho la fotografía haya capturado. Por regla general si trabajamos con otros formatos de menor calidad” (Onieva, Formatos de imagen: softzone.es, 2016) así poder modificar la fotografía hasta quedar conformes con el resultado final.

JPEG

El formato de imagen jpg, es uno de los más usados, por su tamaño de archivo comprimido, reduciendo el tamaño de espacio que usa en un disco es muy usado para cargar imagen en la web y una de sus desventajas es que la calidad de la imagen reduce a comparación de otros formatos de imagen.

(Onieva, Formatos de imagen: softzone.es, 2016) señala que: Hablamos del JPEG, formato fotográfico que en su momento se creó ante la necesidad de los usuarios de trabajar con ficheros fotográficos comprimidos y de ese modo facilitar su transporte, algo a lo que se ha sacado un gran provecho a la hora de optimizar su carga en las páginas web.

5.02.09 El formato o encuadre: su orientación y proporciones

El formato de imagen o encuadre se basa en la orientación sea esta horizontal o vertical depende de la posición de la cámara para capturar la imagen deseada. “Al visionar una imagen el espectador la sitúa en el horizonte mientras él ocupa naturalmente el eje vertical. En el espacio bidimensional nuestra visión se desplaza principalmente de forma horizontal y lee de izquierda a derecha y de arriba abajo” (Nati, 2010)

Encuadre horizontal

El encuadre o formato horizontal es el más usado en paisajes por su posición horizontal y es el más usado por la visualización en monitores y por las características de manipulación de las cámaras fotográficas.

(Nati, 2010) indica que: El encuadre horizontal es el más habitual, las características de la cámara la hacen más cómoda en esa posición. Las rótulas de los trípodes y la reciente visualización de las imágenes en monitores también condicionan. Es el que se adecua más a la visión humana y sugiere estabilidad, quietud y tranquilidad. Suele utilizarse mayoritariamente para paisajes siendo este el motivo de que se le denomine formato apaisado.



Figura 21. Encuadre horizontal.

Autor: Wilson Cacuango

El encuadre vertical

El encuadre vertical es muy usado en fotografías de planos completos para destacar al sujeto a fotografía y sus características. “El encuadre vertical sugiere fuerza, firmeza y aumenta la grandiosidad del motivo, es el más utilizado para retratos y edificios.” (Nati, 2010)



Figura 22. Encuadre vertical.

Autor: Wilson Cacuango

Formato panorámico

El formato panorámico permite captar de forma alargada una fotografía, esta técnica se la puede realizar con cámaras y objetivos especiales o mediante la unión de una secuencia de imágenes en un editor de fotografías como Photoshop.

(Nati, 2010) señala que: Se trata de un rectángulo en la mayoría de los casos horizontal que da una amplia visión llegando incluso a ser circular. Se puede obtener mediante la utilización de cámaras especiales o uniendo diferentes tomas mediante software. Tiene cierta dificultad situar en el encuadre suficientes elementos interesantes por lo que es adecuada su utilización en paisajes.



Figura 23. Formato panorámico.

Autor: Wilson Cacuango

Formato cuadrado

Este tipo de formato cuadrado nos permite tener una fotografía con las mismas dimensiones en su largo como es su ancho “La imagen resultante suele ser algo fría y hay quien considera la composición de este tipo de imágenes más difícil. No suele ser demasiado utilizado ya que existen pocas cámaras con negativo de estas proporciones” (Nati, 2010) es un formato de imagen muy poco usado y se los consigue mediante el recorte de la imagen en un editor de imágenes.



Figura 24. Formato cuadrado.

Autor: Wilson Cacuango

5.02.10 Tipografía

La tipografía es una actividad por la cual se puede desarrollar impresiones mediante letras, números y símbolos y de esta manera informar mediante documentos físicos o impresos cualquier tipo de contenido.

(Porto & Merino, 2009) señalan que: Se conoce como tipografía a la destreza, el oficio y la industria de la elección y el uso de tipos (las letras diseñadas con unidad de estilo) para desarrollar una labor de impresión. Se trata de una actividad que se encarga de todo lo referente a los símbolos, los números y las letras de un contenido que se imprime en soporte físico o digital.

5.02.11. Software a utilizar

Adobe Illustrator

Adobe Illustrator es un programa que nos permite la ilustración y vectorización de imágenes, formas, figuras la creación de logotipos este programa es muy usado en el diseño gráfico y editorial ya sea para la elaboración de un afiche o la diagramación completa de un libro ya que nos permite obtener un arte gráfico listo para impresión.

(Carretero, 2014) afirma que; Adobe Illustrator es una aplicación informática dedicada al dibujo vectorial y al diseño de elementos gráficos casi para cualquier tipo de soporte y dispositivo, pudiendo ser usado tanto en diseño editorial, dibujo profesional, maquetación web, gráficos para móviles, interfaces web, o diseños cinematográficos.

Adobe Photoshop

Adobe Photoshop es un editor de imágenes en el cual nos permite realizar el retoque de fotografías al igual que la elaboración de todo tipo de montajes y diseños “enfocado principalmente al tratamiento de imágenes digitales, pero que abarca desde la manipulación fotográfica hasta la pintura digital pasando por el diseño web, edición de videos, etc.” (Morrison, 2012).

Adobe Indesign

Adobe Indesign, es un programa de diseño editorial que permite la elaboración de proyectos sencillos, como afiches y complicados como libros o revistas ya que permite diagramar el contenido de una forma más organizada y completa.

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

5.03 Descripción de la herramienta

5.03.01. Metodología (Materiales y Métodos)

Una foto libro es la diagramación de un libro mediante la composición de fotos, las cuales para causar impacto utiliza las distintas técnicas fotográficas y un proceso de edición, el cual, nos ayudara a obtener fotografías de calidad, que serán incluidas en la elaboración de la foto libro.

Para la realización del proyecto seleccionamos el pueblo o nacionalidad Kayambi del Ecuador y que al ser un pueblo lleno de cultura, costumbres y tradiciones son un gran atractivo para la elaboración de una foto libro.

El pueblo kayambi se distribuye alrededor de las provincias de Pichincha e Imbabura sin embargo para la elaboración del proyecto hemos seleccionamos las comunidades de la Primavera Ugsha y Zuleta ya que al ser dos comunidades con atractivos turísticos naturales se puede destacar la riqueza cultural de este pueblo.

Para el correcto desarrollo del foto libro se ha empleado distintas técnicas fotográficas al igual que la manipulación de aparatos tecnológicos como computador, cámara digital, softwares de edición fotográfica que ayudarán al desarrollo del proyecto.

Para obtener información correcta se ha aplicado varias técnicas de recolección de datos como la encuesta, la cual, se ha realizado en base a la muestra obtenida y los datos recolectados se han analizado estadísticamente con porcentajes de 1% al 100%, otro de los métodos de recolección de datos usado fue la observación directa y se desarrolló visitando las comunidades y obteniendo datos que ayuden a la elaboración del proyecto.

5.03.02. Resultados

Mediante la recolección de información y las distintas técnicas usadas logramos recolectar información acerca de las necesidades de los pueblos y la carencia de medios de comunicación adecuados que poseen para informar a los turistas, de esta forma, se enfocó en la recolección de datos que permitan el desarrollo del proyecto y su viabilidad con el objetivo de brindar información apropiada al turista.

5.03.03. Encuesta

Para la realización de la presente encuesta se ha recolectado información acerca de la fotografía y su nivel de comunicación, si la realización de un foto libro ayuda a que el público objetivo pueda aprender mediante imágenes las diferentes temáticas que se tratan en este proyecto.

5.03.04. Modelo de encuesta

Estimado encuestado tenga usted un buen día la siguiente encuesta tiene como motivo recolectar información necesaria para la elaboración de un foto libro con el tema ELABORACIÓN DE UN FOTO LIBRO PARA DAR A CONOCER LAS ATRACCIONES TURÍSTICAS Y COSTUMBRES DE LOS PUEBLOS KAYAMBIS DE LAS COMUNIDADES DE LA PRIMAVERA UGSHA Y ZULETA EN LA PROVINCIA DE IMBABURA. Y con un uso estrictamente académico Lea detenidamente y marque su respuesta donde corresponda por su atención y tiempo muchas gracias.

1. ¿Conoce usted sobre el pueblo o nacionalidad Kayambi del Ecuador?

SI () NO ()

2. ¿Le gustaría conocer sobre sus costumbres, tradiciones del pueblo Kayambi?

SI () NO ()

3. ¿Cree usted que la fotografía es un medio adecuado para que los turistas aprendan sobre otras culturas?

SI () NO ()

4. ¿Está usted de acuerdo que se elabore un foto libro para dar a conocer el pueblo Kayambi y sus comunidades?

SI () NO ()

5. ¿Cree usted que un foto libro le brindaría información suficiente para visitar estas comunidades?

SI ()

NO ()

6. ¿Le gustaría que el foto libro contenga una guía de cómo llegar a estas comunidades?

SI ()

NO ()

7. ¿Considera usted que un foto libro brinda información suficiente para aprender más sobre este pueblo sus costumbres y tradiciones?

SI ()

NO ()

8. ¿Considera que en el foto libro se debería incluir contactos de guías turísticos de la zona?

SI ()

NO ()

9. ¿Cree usted apropiado incluir en el foto libro imágenes a blanco y negro?

SI ()

NO ()

10. ¿Considera usted que los foto libros son medios esenciales para poder promocionar lugares turístico del Ecuador?

SI ()

NO ()

5.03.05 Tabulación de encuestas

Pregunta 1; Conoce usted sobre el pueblo o nacionalidad Kayambi del Ecuador?

Tabla 9 Pregunta 1

PREGUNTA	OPCIONES	T. PERSONAS	PORCENTAJE
1	SI	174	56,9
	NO	132	43,1
		306	100,00%

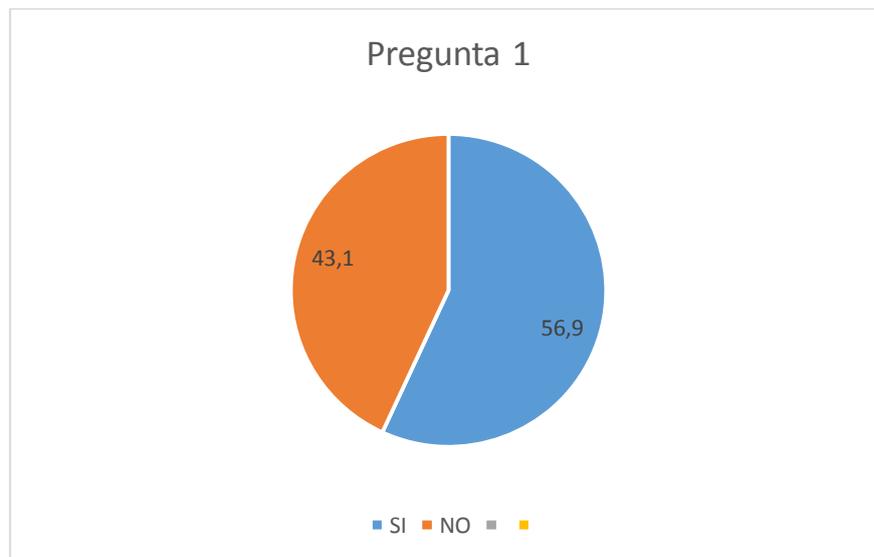


Figura 25 Pregunta 1.
Autor: Wilson Cacuango

Análisis

Mediante las encuestas realizadas y los resultados obtenidos se demuestra que 56,9% de las personas encuestadas conocen el pueblo o nacionalidad indígena Kayambi, mientras que 43,1 % desconoce de este pueblo.

Pregunta 2 ¿Le gustaría conocer sobre sus costumbres, tradiciones del pueblo

Kayambi?

Tabla 10 Pregunta 2

PREGUNTA	OPCIONES	T. PERSONAS	PORCENTAJE
2	SI	282	92,2
	NO	24	7,8
		306	100,00%

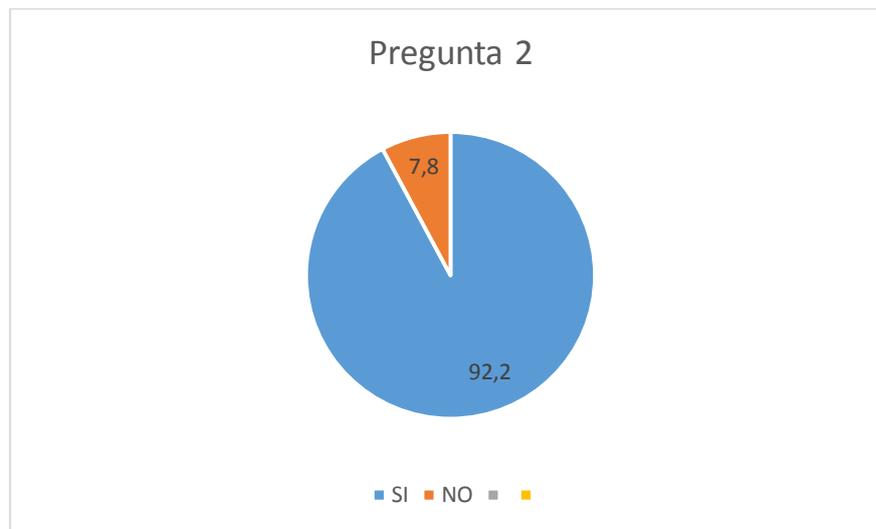


Figura 26. Pregunta 2.

Autor: Wilson Cacuango

Análisis

Mediante las encuestas realizadas y los resultados obtenidos se demuestra que en el 92,2% de las personas encuestadas les interesa conocer acerca del pueblo kayambi, el mientras que al 7,8% no les interesa.

Pregunta 3 ¿Cree usted que la fotografía es un medio adecuado para que los turistas aprendan sobre otras culturas?

Tabla 11 Pregunta 3

PREGUNTA	OPCIONES	T. PERSONAS	PORCENTAJE
3	SI	252	82,4
	NO	54	17,6
		306	100,00%

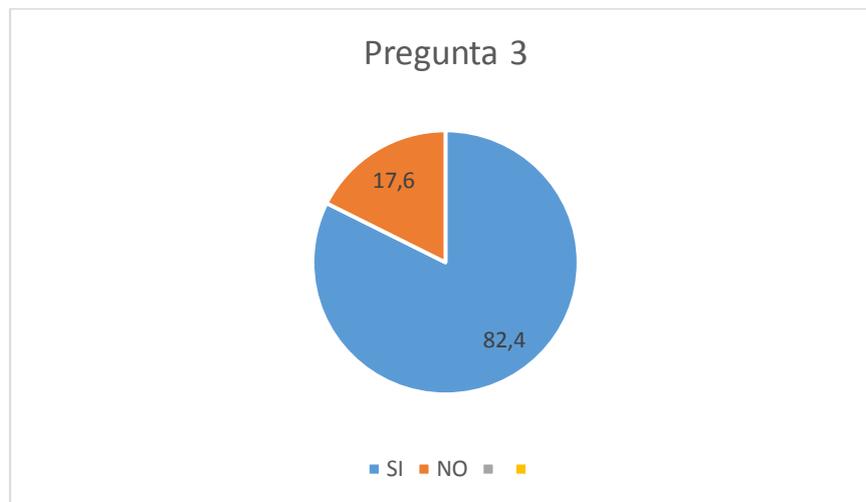


Figura 27. Pregunta 3.

Autor: Wilson Cacuango

Análisis

Mediante las encuestas realizadas y los resultados obtenidos se demuestra que 82,4% de las personas encuestadas creen que la fotografía es un medio adecuado para dar a conocer otras culturas, mientras que el 17,6% considera que no.

Pregunta 4 ¿Está usted de acuerdo que se elabore un foto libro para dar a conocer el pueblo Kayambi y sus comunidades?

Tabla 12 Pregunta 4

PREGUNTA	OPCIONES	T. PERSONAS	PORCENTAJE
4	SI	282	92,2
	NO	24	7,8
		306	100,00%

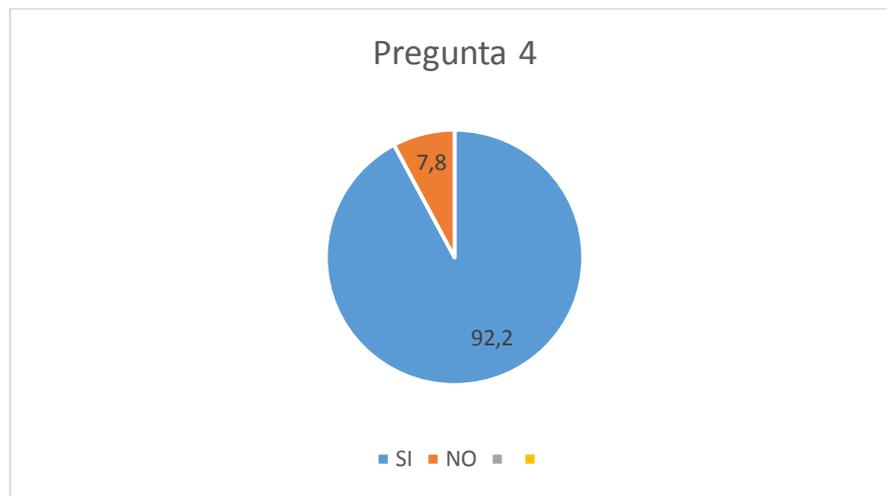


Figura 28. Pregunta 4.
Autor: Wilson Cacuango

Análisis

Mediante las encuestas realizadas y los resultados obtenidos se demuestra que 92,2% de las personas encuestadas está de acuerdo en que se elabore un foto libro con el cual se dé a conocer el pueblo kayambi, mientras que el 7,8% de las personas no está de acuerdo.

Pregunta 5 ¿Cree usted que un foto libro le brindaría información suficiente para visitar estas comunidades?

Tabla 13 Pregunta 5

PREGUNTA	OPCIONES	T. PERSONAS	PORCENTAJE
5	SI	252	82,4
	NO	55	17,6
		306	100,00%

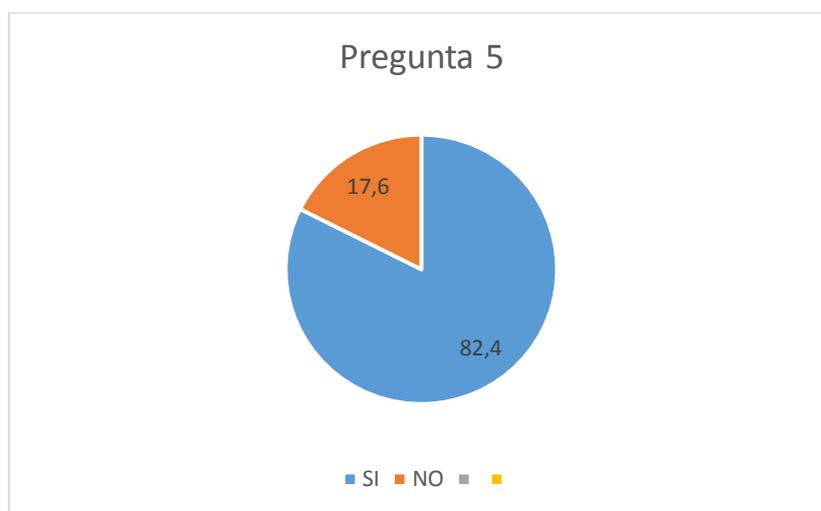


Figura 29. Pregunta 5.

Autor: Wilson Cacuango

Análisis

Mediante las encuestas realizadas y los resultados obtenidos se demuestra que el 82,4% de las personas encuestadas consideran que un foto libro brinda información suficiente para motivar a los turistas a visitar las comunidades mientras que el 17,6 considera que un foto libro no es el medio adecuado para brindar información.

Pregunta 6 ¿Le gustaría que el foto libro contenga una guía de cómo llegar a estas comunidades?

Tabla 14 Pregunta 6

PREGUNTA	OPCIONES	T. PERSONAS	PORCENTAJE
6	SI	300	98
	NO	6	2
		306	100,00%

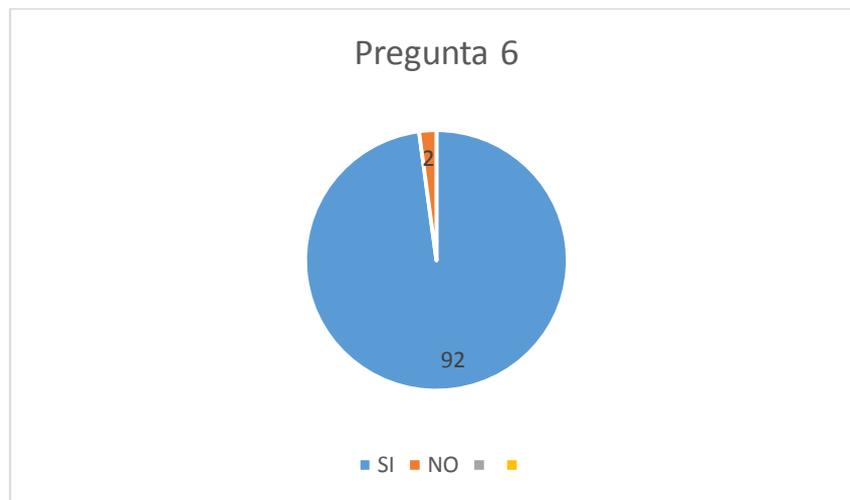


Figura 30. Pregunta 6.

Autor: Wilson Cacuango

Análisis

Mediante las encuestas realizadas y los resultados obtenidos se demuestra que el 92% de las personas encuestadas les gustaría que el foto libro contenga una guía de cómo llegar a las comunidades mientras que el 2% considera la guía no es necesaria.

Pregunta 7 ¿Considera usted que un foto libro brinda información suficiente para aprender más sobre este pueblo sus costumbres y tradiciones?

Tabla 15 Pregunta 7

PREGUNTA	OPCIONES	T. PERSONAS	PORCENTAJE
7	SI	246	80,4
	NO	60	19,6
		306	100,00%

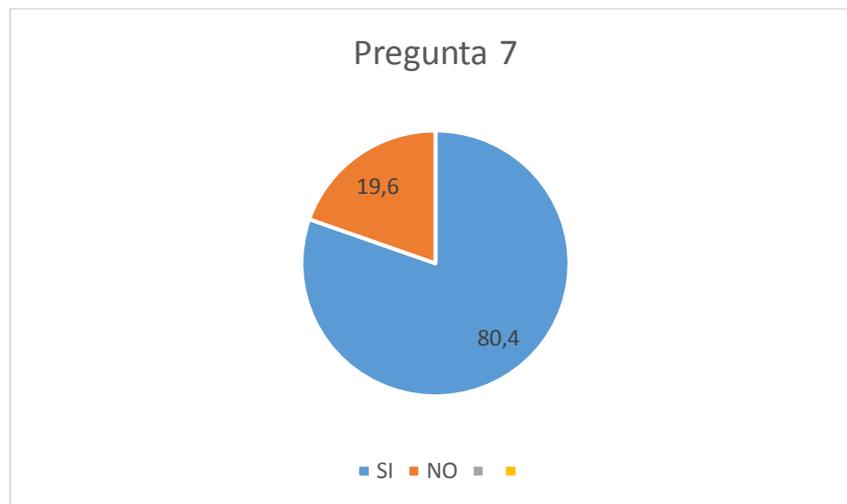


Figura 31. Pregunta 7.

Autor: Wilson Cacuango

Análisis

Mediante las encuestas realizadas y los resultados obtenidos se demuestra que el 80,4% de las personas encuestadas consideran que el foto libro brinda información suficiente para dar a conocer sobre el pueblo Kayambi, mientras el 19,6% considera que la información no será suficiente.

Pregunta 8 ¿Considera que en el foto libro se debería incluir contactos de guías turísticos de la zona?

Tabla 16 Pregunta 8

PREGUNTA	OPCIONES	T. PERSONAS	PORCENTAJE
8	SI	288	94,1
	NO	18	5,6
		306	100,00%

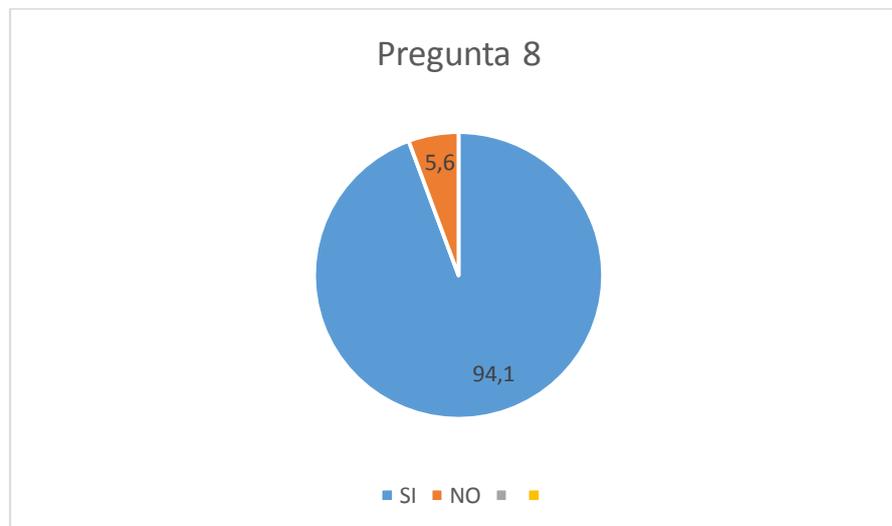


Figura 32. Pregunta 8.

Autor: Wilson Cacuango

Análisis

Mediante las encuestas realizadas y los resultados obtenidos se demuestra que el 94,1% de las personas encuetadas consideran que en el foto libro se debería incluir contactos de guías locales, mientras el 5,6% consideran los contactos de los guías no son necesarios.

Pregunta 9 ¿Cree usted apropiado incluir en el foto libro imágenes a blanco y negro?

Tabla 17 Pregunta 9

PREGUNTA	OPCIONES	T. PERSONAS	PORCENTAJE
9	SI	168	54,9
	NO	138	45,1
		306	100,00%

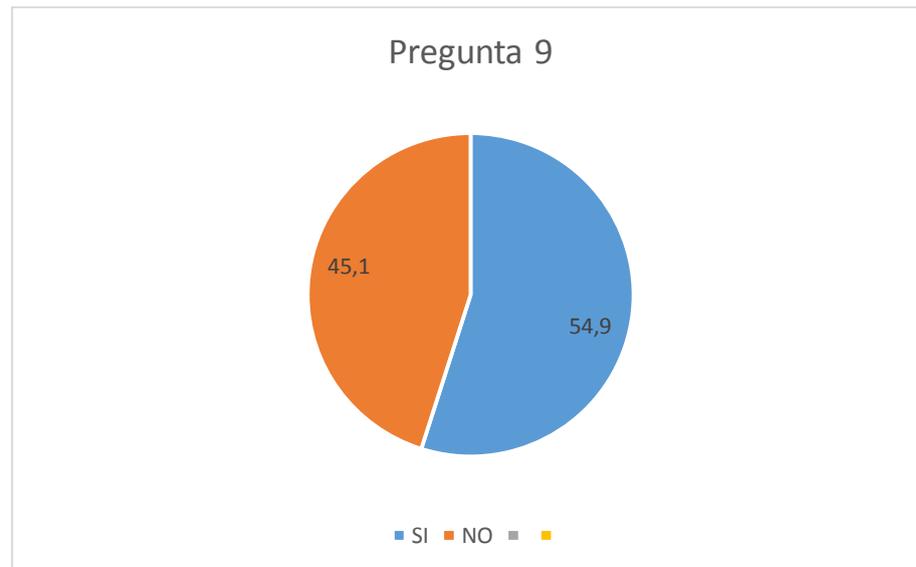


Figura 33. Pregunta 9.

Autor: Wilson Cacuango

Análisis

Mediante las encuestas realizadas y los resultados obtenidos se demuestra que 54,9% le gustaría que se incluyera fotografías a blanco y negro, mientras que el 45,1% de las personas considera la fotografías a blanco y negro no son apropiadas.

Pregunta 10 ¿Considera usted que los foto libros son medios esenciales para poder promocionar lugares turístico del Ecuador?

Tabla 18 Pregunta 10

PREGUNTA	OPCIONES	T. PERSONAS	PORCENTAJE
10	SI	300	98
	NO	6	2
		306	100,00%



Figura 34. Pregunta 10.

Autor: Wilson Cacuango

Análisis

Mediante las encuestas realizadas y los resultados obtenidos se demuestra que el 98% de las personas considera que los foto libros son medios esenciales para promocionar el turismo, mientras el 2% consideran que el foto libro no es el medio apropiado para promocionar el turismo.

5.04 Formulación del Proceso de Aplicación

5.04.01 Planificación

5.04.01.01 Propósito del proyecto

El desarrollo de este proyecto tiene como propósito brindar información variada a los turistas nacionales o extranjeros acerca del pueblo Kayambi, su cultura y los atractivos turísticos que brindan estas comunidades y de esta forma incentivar al desarrollo sostenible del turismo comunitario.

5.04.01.02 Tipo de publicación

EL tipo de proyecto está enfocado al diseño editorial ya que desarrollamos un Foto libro y este contiene todos los parámetros de una publicación impresa.

5.04.01.03 Temática

La temática del foto libro es informativo, el cual busca informar principalmente los aspectos turístico, cultural y tradicional del pueblo Kayambi y las comunidades donde habitan.

5.04.01.04 Formato

- 1 El formato de impresión de las hojas internas será de 20 x 23
- 2 Impresión papel couche mate de 150 gramos
- 3 Numero de paginas 100 incluye portada y contraportada

5.05. Concepción

5.05.01. Mapa de contenidos



Figura 35: Mapa de contenidos

Elaborado por Wilson Cacuango

5.05.02. Índice de imágenes



Figura 36. Índice de imágenes 1

Autor: Wilson Cacuango



Figura 37. Índice de imágenes 2

Autor: Wilson Cacuango



Figura 38. Índice de imágenes 3.

Autor: Wilson Cacuango

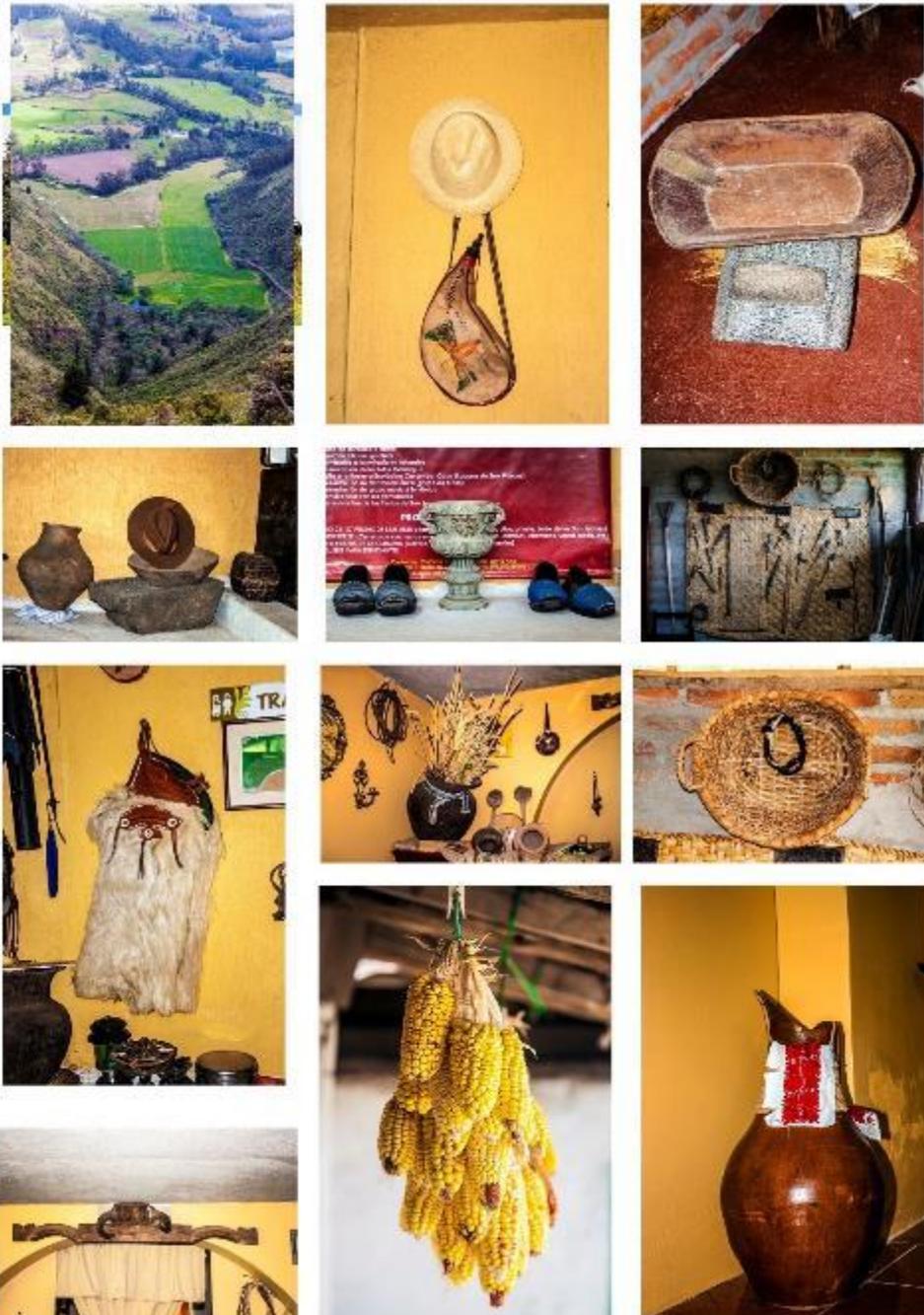


Figura 39. Índice de imágenes 4.

Autor: Wilson Cacuango



Figura 40. índice de imágenes 5.

Autor: Wilson Cacuango



Figura 41. Índice de imágenes 6.

Autor: Wilson Cacuango

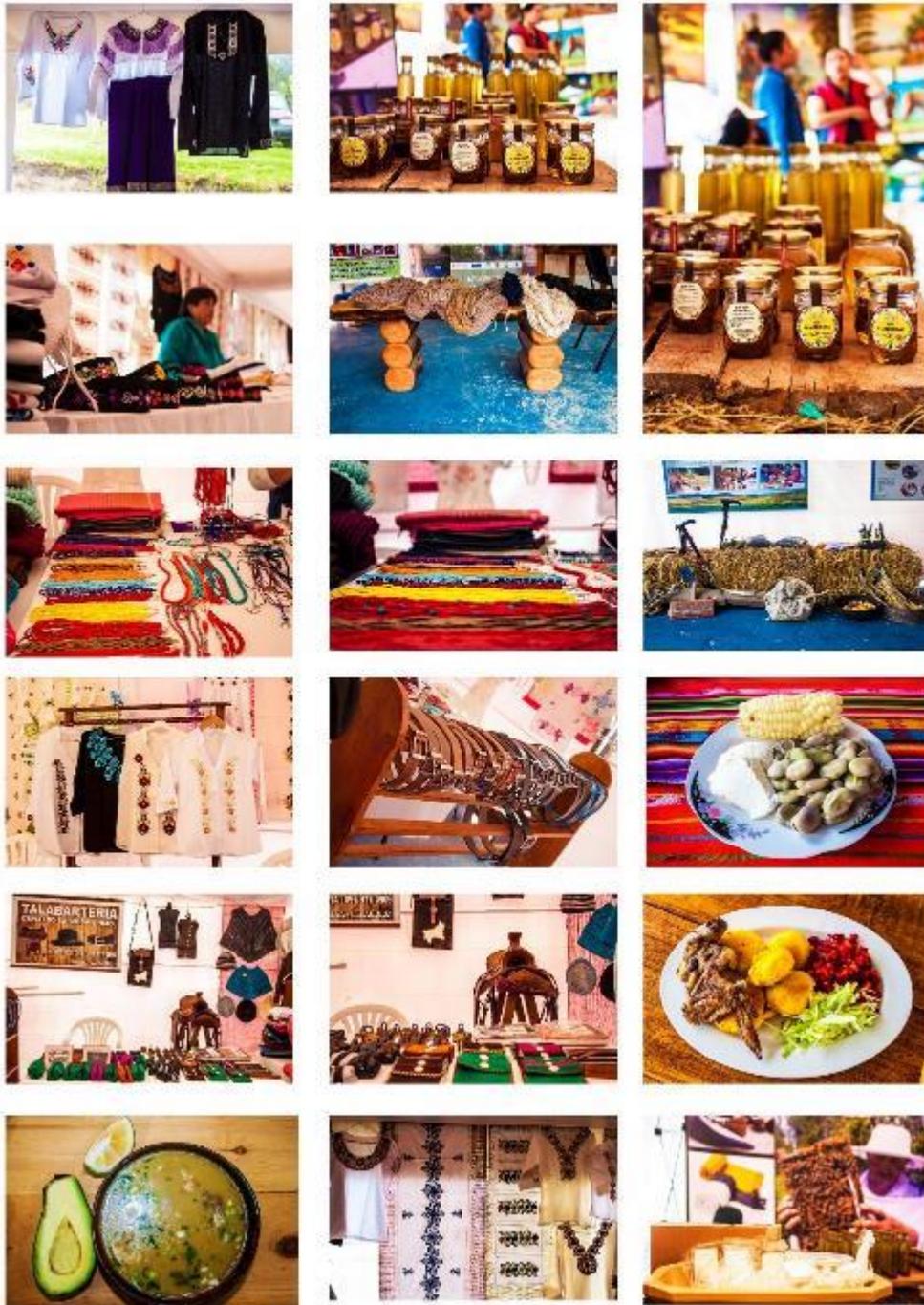


Figura 42. Índice de imágenes 7.

Autor: Wilson Cacuango

5.05.03. Estilos

Tabla 19 Estilos tipográficos

Estilo	Familia tipográfica	Detalle
Sugarstyle millenial	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 o p q r s t u v w x y z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0	Esta tipografía se ha seleccionado para la elaboración del logotipo.
Myriad pro	A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0	Esta tipografía se ha seleccionado para que acompañe al logotipo (slogan).
Andalus	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	Esta tipografía se ha seleccionado para los cuerpos de texto en el foto libro.
Aerolight	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	Esta tipografía se ha seleccionado para los títulos en el foto libro.

Elaborado por Wilson Cacuango

5.05.04. Paginas master o retículas

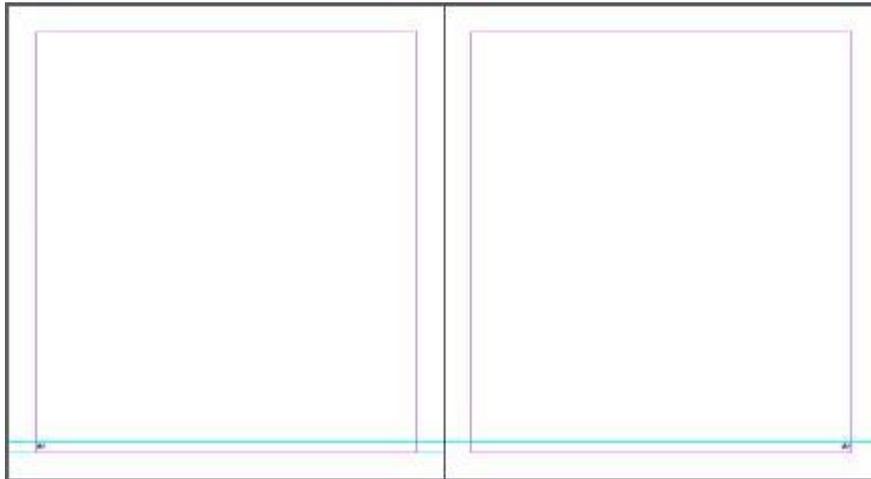


Figura 43. Paginas master o retículas.

Autor: Wilson Cacuango

5.05.05. Diagramación

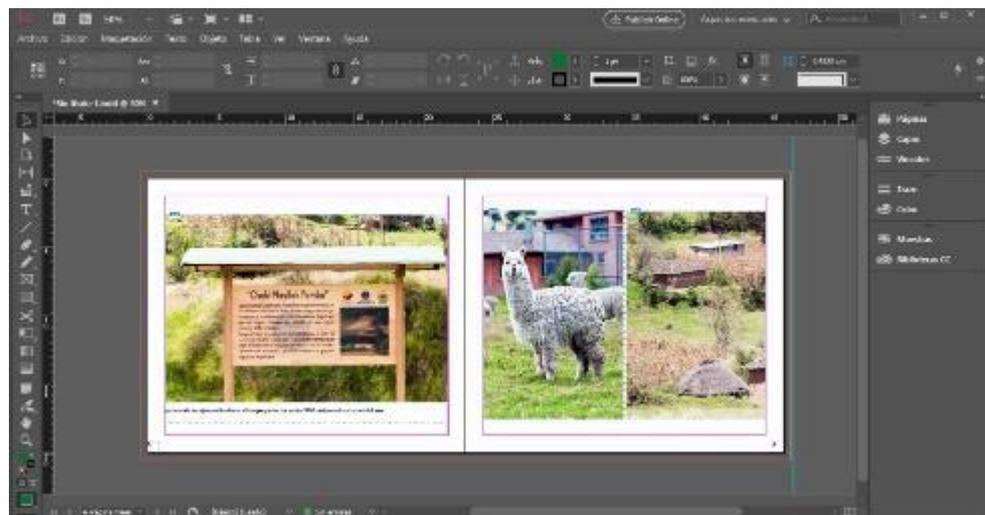


Figura 44. Diagramación 1.

Autor: Wilson Cacuango

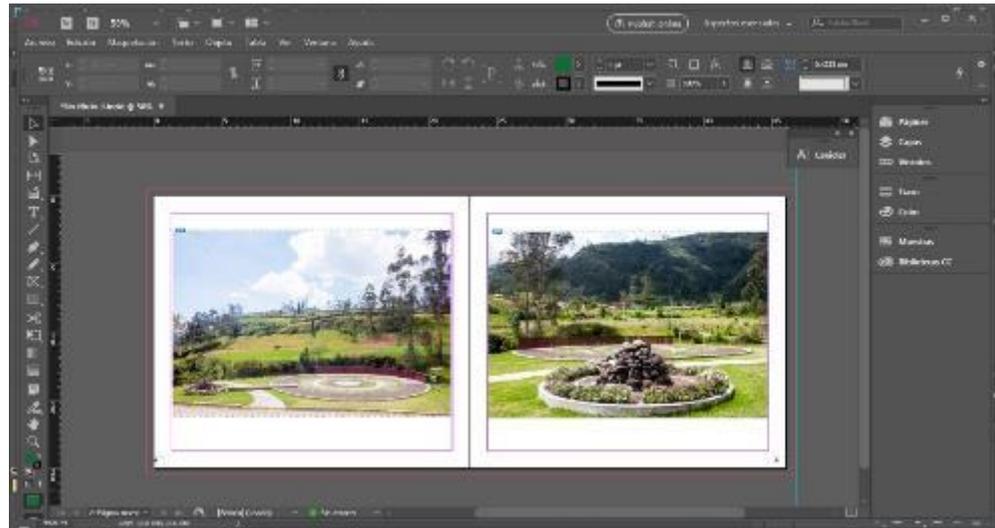


Figura 45. Diagramación 2.

Autor: Wilson Cacuangó

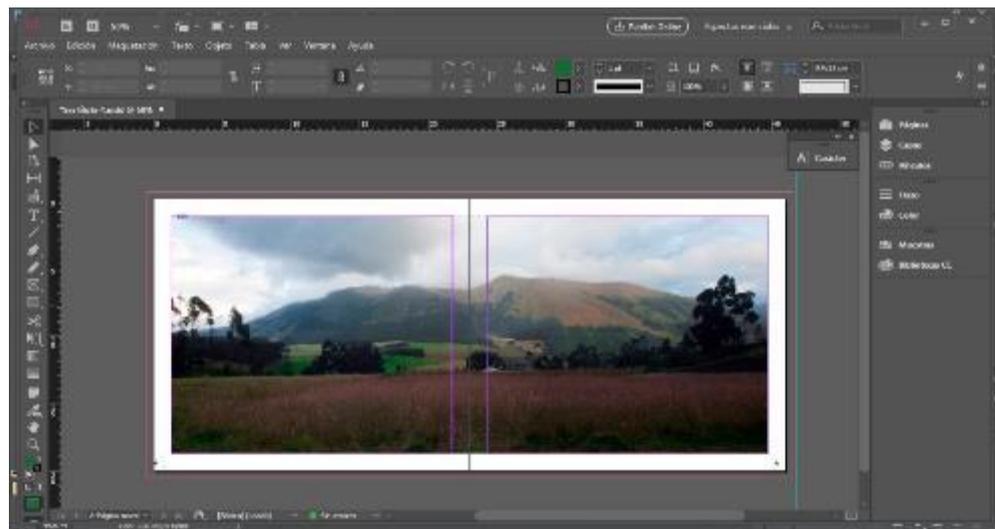


Figura 46. Diagramación 3.

Autor: Wilson Cacuangó

5.05.06. Imagen corporativa

Logotipo

Mediante el imagotipo representamos la riqueza cultural de su gente, el colorido y la naturalidad de su vestimenta, acompañado del logotipo y texto que connotan la frescura y riqueza cultural de este pueblo.



Figura 47. Logotipo

Autor: Wilson Cacuango

Colores

Para la elaboración del imagotipo se ha usado una cantidad total de 12 colores distribuidos en isotipo, logotipo y texto.

	C = 0 % M = 42 % Y = 90 % K = 0 %	R = 247 % G = 164 % B = 37 % # = F7A425		C = 82 % M = 8 % Y = 35 % K = 0 %	R = 0 % G = 163 % B = 172 % # = 00A3AC		C = 33 % M = 95 % Y = 100 % K = 4 %	R = 171 % G = 45 % B = 31 % # = AB2D1F
	C = 11 % M = 51 % Y = 93 % K = 0 %	R = 225 % G = 140 % B = 36 % # = E18C24		C = 18 % M = 0 % Y = 96 % K = 0 %	R = 235 % G = 23 % B = 0 % # = E1DE00		C = 98 % M = 54 % Y = 93 % K = 25 %	R = 0 % G = 83 % B = 52 % # = 005234
	C = 20 % M = 6 % Y = 5 % K = 0 %	R = 213 % G = 227 % B = 237 % # = D5E3ED		C = 0 % M = 96 % Y = 71 % K = 0 %	R = 229 % G = 30 % B = 59 % # = E51E3B		C = 13 % M = 57 % Y = 34 % K = 0 %	R = 219 % G = 133 % B = 141 % # = DB838D
	C = 74 % M = 73 % Y = 64 % K = 23 %	R = 83 % G = 70 % B = 75 % # = 53464BV		C = 33 % M = 95 % Y = 100 % K = 4 %	R = 171 % G = 45 % B = 34 % # = AB2D1F		C = 99 % M = 51 % Y = 98 % K = 19 %	R = 0 % G = 89 % B = 52 % # = 005934

Figura 48. Colores.

Autor: Wilson Cacuangó

Variación de colores



Figura 49. Variación de colores.

Autor: Wilson Cacuangó

Tipografía

Tabla 20 Tipografía de imagotipo

<p>Sugarstyle millenial se ha seleccionado esta tipografía para la elaboración del logotipo por la su connotación fresca y juvenil.</p>
<p>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</p>
<p>A b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z</p>
<p>1 2 3 4 5 6 7 8 9 0</p>
<p>Myriad pro se ha seleccionado esta tipografía para el slogan que acompaña el logotipo al ser una tipografía de fácil legibilidad.</p>
<p>ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ</p>
<p>abcdefghijklmnopqrstuvwxyz</p>
<p>1234567890</p>

Elaborado por Wilson Cacuango

5.05.07. Portada

Contraportada

Lomo

Portada



Figura 50. Portada y contraportada.

Autor: Wilson Cacuango

5.05.08. Maquetación

Para la maquetación usaremos adobe indesign cc ya que este programa nos permite tener un mejor control de los textos y las imágenes, gracias a una diagramación previa mediante sus páginas master.

5.05.09. Pre-prensa

En el proceso de pre-prensa procedemos a la revisión antes de la impresión, que las fotografías no se encuentren pixeladas, no exista errores tipográficos, la diagramación de las páginas internas y sobre todo que coincidan en base al machote.

5.05.10. Prensa

Utilizaremos un tipo de impresión a laser ya que la cantidad de ejemplares no requiere de una impresión offset por los altos costos que esto

implica las medidas finales del foto libro, las cuales serán de 23,5 cm x 20,5 cm, con una portada de tapa dura en papel mate y páginas internas de 23 cm x 20 cm en papel couche mate de 150 gramos, las impresiones se realizarán en papel reciclado.

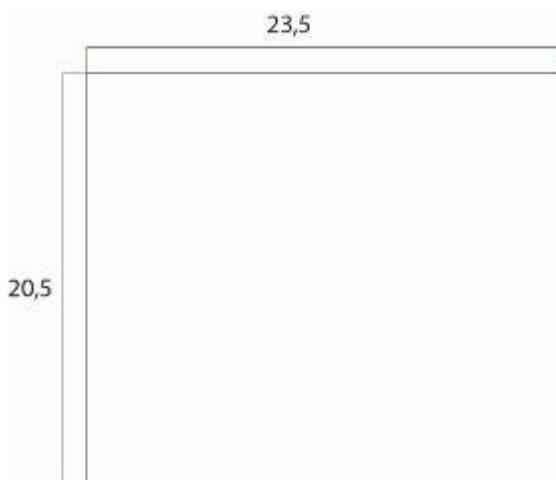


Figura 51. Medidas libro

Autor: Wilson Cacuango

5.05.11. Post prensa

El proceso final de post prensa procedemos a una nueva revisión que no exista errores de impresión a un proceso elaboración de las tapas duras y de guillotinado, encuadernado para dar forma a las páginas internas al encolado con sus respectivas portadas de cada ejemplar una vez terminado todo este proceso procedemos a empacar cada foto libro para su presentación final

5.06. Marketing o distribución

Para la distribución de nuestro producto utilizaremos distintos medios impresos y digitales que ayuden a la difusión del producto final como redes sociales, volantes, afiches y roll ups y de esta manera llegar a una mayor cantidad de público.

Diseño de piezas publicitarias

Redes sociales



Figura 52. Redes sociales (Facebook)

Autor: Wilson Cacuango

ROLL UP



Figura 53 Roll Up
Autor: Wilson Cacuango

ELABORACIÓN DE UN FOTO LIBRO PARA DAR A CONOCER LAS COSTUMBRES, TRADICIONES Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LOS PUEBLOS KAYAMBIS EN LAS COMUNIDADES DE LA PRIMAVERA UGSHA Y ZULETA EN LA PROVINCIA DE IMBABURA.

FLYER



Figura 54. Flyer

Autor: Wilson Cacuango

CAPÍTULO VI

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.01. Recursos

Para la elaboración del presente proyecto se utilizaron distintos recursos tecnológicos y humanos que ayudaron a la correcta investigación y elaboración del producto.

6.01.01. Técnicos – Tecnológico

Para la correcta elaboración del proyecto se ha usado distintos recursos tecnológicos los cuales han facilitado el desarrollo del proyecto.

- Computador portátil hp
- Cámara fotográfica canon
- Lente canon 18 – 55 mm
- Lente canon 55 – 250 mm
- Trípode y luces
- Impresora
- Material de escritorio
- Internet
- Electricidad

6.01.02. Humano

Para el correcto desarrollo del presente proyecto se ha contado con la colaboración de las siguientes personas:

- Mst. Laura Cajamarca Bravo
- Sr. Wilson Cacuango (investigación y desarrollo del proyecto)

6.01.03. Económico

Todos los recursos económicos han sido sustentados por el investigador.

6.02. Presupuesto

6.02.01. Gastos Operativos

Tabla 21 Gastos operativos

Detalle	Valor unitario	Cantidad	Total	Financiado
b) Fotocopias.	0.3	0.20	0.60	Estudiante
c) Internet.	25.00	6.00	150.00	Estudiante
a) Pasajes.	6.00	10.00	60.00	Estudiante
b) Viáticos.	10.00	10.00	100.00	Estudiante
a) Computador.	800.00	1.00	800.00	Estudiante
c) Software especializado.	30.00	1.00	30.00	Estudiante
c) Impresión.	0.07	200.00	14.00	Estudiante
d) Empastes.	30.00	2.00	60.00	Estudiante

Elaborado por Wilson Cacuango

6.02.02 Aplicación del Proyecto

Tabla 22 Costos aplicación del proyecto.

Detalle	Valor unitario	Cantidad	Total
Publicar en facebook.	75.00	4.00	300
Administración de red social.	150.00	4.00	600.00
Flyer.	0.06	1000.00	60.00
Roll up .	60.00	3.00	180.00
Foto libro tiraje.	10.00	1000.00	10.000
Pruebas.	50.00	1.00	50.00
Diseño y diagramación.	700.00	1.00	700.00
Fotografía y edición.	400.00	1.00	400.00
Subtotal			12.290
Imprevistos 10 %			1.229
Total			13.519

Elaborado por Wilson Cacuango

Precio producto

Costo total = 13.519 / 1000 u.

Costo por U.= \$13,519

Precio= Costo por U. /1%

Precio= \$13,519 (1- 0,40%)

Precio= \$13,519 / 0,6

Precio= 22,53 c/u

6.03. Cronograma

Tabla 23 Cronograma de actividades

N.	Actividad	Resp.	Tiempo				Resultados Esperados
			MES	Semana			
1	Primera tutoría	Wilson Cacuangó	Mayo	X			Entrega de materiales para proyecto de grado.
2	Entrega capítulo I	Wilson Cacuangó	Mayo		X		Revisión contexto y justificación corrección capítulo I.
3	Entrega capítulo I Y II	Wilson Cacuangó	Mayo			X	Aprobación capítulo I corrección capítulo II, avances capítulo III y brief de producto.
4	Entrega capítulo II avances capítulo III y brief producto	Wilson Cacuangó	Mayo			X	Revisión capítulo II y III, brief de producto realizar mapa de contenidos.
5	Entrega de producto (fotos)	Wilson Cacuangó	Junio		X		Revisión de producto realizar propuesta de nombres para libros 5 propuestas y 5 logos.
6	Entrega capítulo II y III	Wilson Cacuangó	Junio			X	Corrección matriz T árbol de problemas y objetivos realizar un logo más.
7	Entrega capítulo III y IV y logotipo	Wilson Cacuangó	Junio			X	Aprobación capítulo III, revisión capítulo IV, logotipo final, avances capítulo V.
8	Entrega capítulo IV y V	Wilson Cacuangó	Julio		X		Aprobación capítulo IV, revisión capítulo V.
9	Entrega de fotografías, maquetación y retículas	Wilson Cacuangó	Julio			X	Aprobación de maquetación, retículas próximo encuestas.
10	Entrega capítulo V y VI	Wilson Cacuangó	Julio			X	Aprobación capítulo V, revisión capítulo VI.
11	Entrega avances capítulo VI	Wilson Cacuangó	Agosto	X			Avances capítulo VI

12	Entrega capítulo VI y VII	Wilson Cacuango	Agosto		X			Revisión y corrección próximo, revisión capítulos completos.
13	Revisión todos los capítulos terminados	Wilson Cacuango	Agosto			X		Aprobación para impresión de borrador.
14	Entrega de primer borrador	Wilson Cacuango	Agosto				X	Presentación de primer borrador para revisión.

Elaborado por Wilson Cacuango

CAPÍTULO VII

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.01. Conclusiones

La elaboración del presente proyecto tiene como objetivo el brindar información a los turistas acerca del pueblo Kayambi y las comunidades que habitan de esta manera fomentar el desarrollo del turismo comunitario.

- 1 Consideramos que mediante las capacitaciones se podrá llamar el interés de autoridades a elaborar medios de comunicación impresos que atraigan el turismo.
- 2 La capacitación a los pobladores de como difundir medios de comunicación apropiadamente generara el desarrollo del turismo en las comunidades.
- 3 Capacitar personal apropiado en el área gráfica ayudará a la elaboración apropiada de los medios impresos, y al uso apropiado de las redes sociales para una mejor promoción.
- 4 La elaboración de un material impreso ayudará a brindar una mejor información, generando notablemente el desarrollo del turismo comunitario
- 5 Capacitar personal en el uso adecuado de la fotografía ayudara a obtener recursos fotográficos de mejor calidad.
- 6 Se concluye que se puede generar más espacios de trabajo en las comunidades mediante el turismo en las comunidades.
- 7 Mediante la recolección de datos se ha podido conocer que es lo que el público desea ver en el foto libro
- 8 Se concluye que el desarrollo del foto libro será un medio de información apropiado para captar mediante imágenes la atención de los turistas.

7.02. Recomendaciones

Para el uso correcto del producto impreso y sus medios de digitales se da las siguientes recomendaciones.

- 1 Mantener una línea gráfica y editorial uniforme.
- 2 Actualizar periódicamente las redes sociales con nueva información y actividades recientes.
- 3 Manipular apropiadamente el foto libro sin forzar sus páginas para que conserve su calidad.
- 4 Desarrollar eventos culturales, gastronómicos y turísticos con el fin de promocionar el foto libro
- 5 Promocionar el foto libro en distintos eventos que se organicen en distintas zonas del país

Bibliografía

Pérez Porto , J., & Merino, M. (2012). *Definición de tipografía*. Recuperado el 06 de 2017, de Definición de: (<http://definicion.de/tipografia/>)

Anonimo. (2013). *Foto libros*. Recuperado el 06 de 2017, de Fabrica de Fotolibros: <http://www.fabricadefotolibros.com/contenidos/fotolibros/que-es-un-photobook-o-fotolibro.html>

Bembibre, V. (30 de 12 de 2008). *Diseño Gráfico*. Recuperado el 06 de 2017, de Definición ABC: <https://www.definicionabc.com/comunicacion/disenografico-2.php>

Bembibre, V. (20 de 10 de 2008). *Fotografía*. Recuperado el 06 de 2017, de Definición ABC: <https://www.definicionabc.com/tecnologia/fotografia.php>

Blois, A. D. (2014). *Planos fotograficos*. Recuperado el 06 de 2017, de blogdelfotografo: <http://www.blogdelfotografo.com/tipos-de-planos-en-fotografia/>

Carretero, A. L. (27 de 08 de 2014). *Adobe Illustrator*. Recuperado el 06 de 2017, de CREATIVOS ONLINE: <https://www.creativosonline.org/blog/adobe-illustrator-que-es-y-para-que-sirve.html>

Ghinaglia, D. (2007). *Diseño Editorial*. Recuperado el 07 de 2017, de Taller de diseño editorial: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02_auspicios_publicaciones/actas_diseno/articulos_pdf/CE-121.pdf

-
- Lenin-Luna. (12 de Noviembre de 2010). *Angulos Fotograficos*. Recuperado el 07 de 2017, de hipertextual: <https://hipertextual.com/archivo/2010/11/angulos-fotografia/>
- maps, g. (2017). *google*. Recuperado el 2017, de www.google.com.ec/maps:https://www.google.com.ec/maps/@0.2220623,-78.1398706,13.03z
- Morrison, M. (20 de 03 de 2012). *PHOTOSHOP*. Recuperado el 07 de 2017, de Manuelmorrison: <http://manuelmorrison.com/blog/que-es-photoshop/>
- Nati. (05 de Octubre de 2010). *formatos de imagen*. Recuperado el 06 de 2017, de caborian: <http://www.caborian.com/lab-32-la-vision-de-conjunto-ii-el-espacio-del-encuadre/>
- Onieva, D. (7 de Diciembre de 2016). *Formatos de imagen: softzone.es*. Recuperado el 07 de 2017, de [softzone.es: https://www.softzone.es/2016/12/07/tipos-diferencias-los-formatos-fotograficos-mas-usados/](https://www.softzone.es/2016/12/07/tipos-diferencias-los-formatos-fotograficos-mas-usados/)
- Onieva, D. (7 de Diciembre de 2016). *Formatos de imagen: softzone.es*. Recuperado el 06 de 2017, de [softzone.es: https://www.softzone.es/2016/12/07/tipos-diferencias-los-formatos-fotograficos-mas-usados/](https://www.softzone.es/2016/12/07/tipos-diferencias-los-formatos-fotograficos-mas-usados/)
- Porto, J. P., & Merino, M. (2009). *Definicion.de*. Recuperado el 06 de 2017, de Definicion.de libros: <http://definicion.de/libro/>
- Romero, E. (06 de 02 de 2015). *Adobe Indesign*. Recuperado el 06 de 2017, de [revistadigital: https://revistadigital.inesem.es/disenio-y-artes-graficas/que-es-indesign-y-para-que-sirve/](https://revistadigital.inesem.es/disenio-y-artes-graficas/que-es-indesign-y-para-que-sirve/)

Senplades. (2013). *Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo*. Recuperado el

05 de 2017, de Plan Nacional del buen vivir:

<http://www.buenvivir.gob.ec/versiones-plan-nacional>



Anexos