



CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

ELABORACIÓN DE UNA ESTRATEGIA CREATIVA PARA LA DIFUSIÓN EN EL
NORTE DE QUITO DE UNA REVISTA ENFOCADA A LOS PRINCIPALES
SITIOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE AMBATO.

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

Autor: Julio Alfonso Yapó Analuisa

Tutor: Mst Laura Cajamarca Bravo

Quito, diciembre 2017

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

Yo, Julio Alfonso Yapó Analuisa, alumno de Sexto nivel paralelo “A” jornada matutina, certifico que, el documento para titulación denominado como “Elaboración de una estrategia creativa para la difusión en el Norte de Quito de una revista enfocada a los principales sitios turísticos de la ciudad de Ambato”; y el producto finalizado son de mi completa autoría y responsabilidad.



Julio Alfonso Yapó Analuisa

C.C.: 1720794955

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Julio Alfonso Yapo Analuisa portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 1720794955 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado “Elaboración de una estrategia creativa para la difusión en el Norte de Quito de una revista enfocada a los principales sitios turísticos de la ciudad de Ambato” con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.



FIRMA

NOMBRE

Julio Alfonso Yapo Analuisa

CÉDULA

1720794955

Quito, diciembre 2017

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a Dios por haberme otorgado una vida llena de anécdotas y sucesos; algunos gratificantes y otros lamentables, pero dichas experiencias me han llevado por el camino correcto. Todo el trabajo plasmado en este documento no es obra nada más mía, sino, de otras personas que día a día me ayudan a continuar y superarme profesional y personalmente.

A mis padres, las personas más grandes que existen en este mundo, pues no sólo el aspecto económico es lo que cuenta, realmente son sus palabras, consejos, y valores ilustrados los que realmente importan. Es una maravilla es tenerlos aún en mi vida, y que puedan ver de primera mano uno de los pequeños escalones que se busca subir con la realización del presente proyecto.

Debo mencionar de igual forma a los maestros que se han visto envueltos durante mi estadía en el instituto, pues me han brindado paciencia y parte de sus conocimientos. No puede faltar mi tutora quién me ha guiado durante el proceso de la elaboración del proyecto quién, gracias a su preparación, pudo indicarme el debido procedimiento y así, conseguir que el proyecto, tanto en su parte física como en la parte teórica, posea una apropiada estructura.

Por último, no puedo dejar de por fuera a una mujer muy especial quién ya no se encuentra a mi lado, pero que me enseñó a no rendirme fácilmente y que debo superar los obstáculos sin importar cuantas veces lo tenga que repetir; además de una niña que me hizo comprender, gracias a su dulzura y belleza humana, que la vida puede ser hermosa si uno mismo así la hace.

DEDICATORIA

Dedico el proyecto y sobre todo el esfuerzo que conlleva la realización del mismo, a mis padres, pues son la razón de los sueños y esperanzas que poseo, además, él desear un futuro lleno de éxitos. No puede faltar la debida mención hacia Abigail y Eva, pues, son la causa de comprender que vale la pena esforzarse y no rendirse a pesar de las adversidades; además de entender que se puede tener fortuna si uno sabe dónde buscarla.

ÍNDICE GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE	ii
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
ÍNDICE GENERAL	vi
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	xi
INDICE DE ANEXOS	xiii
RESUMEN EJECUTIVO	xiv
ABSTRACT	xv
INTRODUCCIÓN	xvi
CAPÍTULO I	1
ANTECEDENTES	1
1.01. Contexto	1
1.02. Justificación.....	2
1.03. Definición del Problema Central (Matriz T).....	4
CAPÍTULO II	5
ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS	5
2.01. Mapeo de los Involucrados	5
2.02. Matriz de Análisis de Involucración	6
CAPÍTULO III	7
3. PROBLEMAS Y OBJETIVOS	7
3.01. Árbol de Problemas.....	7
3.02. Árbol de Objetivos	8
CAPÍTULO IV	9
4. Análisis de Alternativas	9

4.01. Matriz de Análisis de Alternativas e Identificación de Acciones	9
4.01.01. Tamaño del Proyecto	10
4.01.02. Localización del Proyecto	11
4.02. Análisis Ambiental.....	11
4.02.01 Impacto Positivo.	11
4.02.03 Impacto Negativo.	12
4.03. Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos	13
4.04. Diagrama de Estrategias.....	14
4.05. Construcción de la Matriz de Marco Lógico.....	15
4.05.01. Revisión de los Criterios para Indicadores	15
4.05.02. Selección de Indicadores	18
4.05.03. Medios de Verificación	20
4.05.04 Supuestos	23
4.04.05. Matriz de Marco Lógico (MML)	26
CAPÍTULO V.....	29
PROPUESTA	29
5.01. Antecedentes de la Herramienta y Perfil de la Propuesta	29
5.02 Marco Teórico	30
5.02.01 Usabilidad	31
5.02.02 Tipografía.....	31
5.02.03 Color (Teoría del color, psicología del color).....	32
5.02.03 Composición	32
5.02.05 Estilos.....	33
5.02.06 Tendencias.....	34
5.02.07 Estándares de calidad	34
5.03. Descripción de la Herramienta.....	35
5.03.01. Metodología (Materiales y Métodos).....	35

5.03.02. Resultados	36
5.03.03 Encuesta	36
5.03.04 Modelo de encuesta.....	37
5.03.05 Tabulación de encuestas.....	38
5.04. Formulación del Proceso de Aplicación	48
5.04.01 Planificación.....	48
5.05. Marketing y distribución	63
CAPÍTULO VI.....	79
ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.....	79
6.01. Recursos	79
6.01.01. Tecnológico.....	79
6.01.02. Humano	79
6.01.03. Económico.....	79
6.02. Presupuesto	80
6.02.01. Gastos Operativos	80
6.02.02 Aplicación del Proyecto	80
6.03. Cronograma.....	81
CAPÍTULO VII.....	82
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	82
7.01. Conclusiones	82
7.02. Recomendaciones.....	84
Bibliografía	85
Anexos	86

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Análisis de las fuerzas T	4
Tabla 2: Análisis de involucrados.....	6
Tabla 3: Impacto de los objetivos de Ambato.....	13
Tabla 4: Revisión de los Criterios para Indicadores	15
Tabla 5: Selección de indicadores.....	18
Tabla 6: Medios de verificación.....	20
Tabla 7: Supuestos	23
Tabla 8: Matriz de Marco Lógico	26
Tabla 9: Pregunta uno / Vacaciones dentro o fuera del país.....	38
Tabla 10: Pregunta dos / Turismo en Ambato.	39
Tabla 11: Pregunta tres / Información sobre Ambato.	40
Tabla 12: Pregunta cuatro / Ciudades a visitar.....	41
Tabla 13: Pregunta cinco / Inversión para visitar Ambato.....	42
Tabla 14: Pregunta seis / Sitios turísticos de Ambato.....	43
Tabla 15: Pregunta siete / Publicidad acerca de Ambato.....	44
Tabla 16: Pregunta ocho / Difusión turística de Ambato.....	45
Tabla 17: Pregunta nueve / Guía turística	46
Tabla 18: Pregunta diez / Medio impreso de Ambato.....	47
Tabla 19: Estrategias / Usos y características del producto.	65
Tabla 20: Líneas de acción / Usos del producto / Estrategia 1	65
Tabla 21: Líneas de acción / Características del producto / Estrategia 2.....	65
Tabla 22: Estrategias / Persuasión del grupo objetivo	66
Tabla 23: Líneas de acción / Persuasión del grupo objetivo / Estrategia 1	66
Tabla 24: Líneas de acción / Persuasión del grupo objetivo / Estrategia 1	67
Tabla 25: Estrategia / Posicionamiento.....	68
Tabla 26: Líneas de acción / Estrategia / Posicionamiento.....	68
Tabla 27: Estrategia / Mantenimiento	69
Tabla 28: Líneas de acción / Estrategia / Mantenimiento	69
Tabla 29: Presupuesto Stands / Displays publicitarios	70
Tabla 30: Presupuesto / Publicidad móvil / alternativa.....	70
Tabla 31: Presupuesto / BTL	70
Tabla 32: Presupuesto / Publicaciones en Facebook.....	70

Tabla 33: Flow chart	71
Tabla 34: Gastos operativos / documento	80
Tabla 35: Gastos operativos / producto.....	80
Tabla 36: Cronograma.....	81

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Mapeo de involucrados.....	5
Figura 2 : Árbol de Problemas.	7
Figura 3: Árbol de objetivos de Ambato.....	8
Figura 4: Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones	9
Figura 5 Localización del Proyecto.....	11
Figura 6: Diagrama de Estrategias	14
Figura 7: Pregunta uno / Vacaciones dentro o fuera del país.....	38
Figura 8: Pregunta dos / Turismo en Ambato.	39
Figura 9: Pregunta tres / Información sobre Ambato.....	40
Figura 10: Pregunta cuatro / Ciudades a visitar	41
Figura 11: Pregunta cinco / Inversión para visitar Ambato.	42
Figura 12: Pregunta seis / Sitios turísticos de Ambato.	43
Figura 13: Pregunta siete / Publicidad acerca de Ambato.....	44
Figura 14: Pregunta ocho / Difusión turística de Ambato.	45
Figura 15: Pregunta nueve / Guía turística.....	46
Figura 16 Pregunta diez / Medio impreso de Ambato.	47
Figura 17 Mapa de contenidos	50
Figura 18: índice de imágenes	51
Figura 19: Paginas master	52
Figura 20: Paginas master	53
Figura 20: Diagramación del comienzo de una sección en la revista.	54
Figura 22: Diagramación de una de las páginas de la revista.	54
Figura 23: Grafimetría del identificador visual.....	55
Figura 24: Imagotipo a full color	55
Figura 25: Imagotipo a escala de grises	56
Figura 26: Imagotipo en positivo y negativo	56
Figura 27: CMYK del identificador visual	56
Figura 28: RGB del identificador visual	57
Figura 29: Pantones del identificador visual.....	57
Figura 30: Disposiciones correctas del imagotipo.	58
Figura 31: Disposiciones incorrectas del imagotipo.	58
Figura 32: Fondos correctos.....	58

Figura 33: Fondos incorrectos.....	59
Figura 34: Colores correctos	59
Figura 35: colores incorrectos	59
Figura 36: Material P.O.P	60
Figura 37: Portada.....	60
Figura 38: Maquetación	61
Figura 39: Pre prensa	61
Figura 40: Prensa	62
Figura 41: Stand / Display publicitario	72
Figura 42: Publicidad Móvil / Roll up	74
Figura 43: BTL.....	75
Figura 44: Publicaciones en la red social.....	78

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Carta Aval.....	87
Anexo 2 Urkund.....	88
Anexo 3 Modelo encuesta.....	89
Anexo 4 Aprobación para el empastado de tesis.....	90

RESUMEN EJECUTIVO

Insuficiente reconocimiento por parte de los residentes del Norte de Quito hacia los sitios turísticos de Ambato por falta de un soporte para promover dichos lugares. El problema se torna importante pues los sitios turísticos representan una fuente de ingreso para la ciudad de Ambato, además, genera empleo. Si no reciben turistas, Ambato podría verse afectada en economía y reconocimiento.

Los lugares turísticos de la ciudad de Ambato han sido antes explorados, pero no tienen los soportes adecuados para que sus visitantes tengan el conocimiento adecuado de dichos sitios. Otorgar a la ciudad una revista con la cual pueda ayudarse en la difusión de sus principales sitios turísticos, además, que dicho soporte tendrá una estrategia creativa con el fin de promocionarla, dando como resultado a que no pase desapercibida.

Las consecuencias que llevara el desarrollo del proyecto y del producto, no serán más que positivas, pues, los sitios turísticos de la ciudad de Ambato tendrán una mejoría en sus visitas y por ende recibirá un alza en su economía. Además de que la ciudad podrá brindar una perspectiva de lo que contiene, que no se quede en sus interiores las maravillas que existe en la ciudad.

Elaboración

Difusión

Reconocimiento

ABSTRACT

Insufficient recognition for the residents of North Quito toward the touristic sites from Ambato city for the missing support to promote that sites. The problem turns important, because the touristic sites represent a source of income to the city of Ambato, also, generate jobs. If they don't receive tourist, Ambato could be affected in the economic and recognition.

The touristic places from the city of Ambato has been explored before, but not have the correct support from that places. Give to the city a magazine that can help in the distribution of their principal touristic places, also, that support will have a creative strategy that can promote it, resulting that it don't pass unnoticed.

The consequences that will carry the make for the project and the product, will not been mora than positives, then, the touristic sites of the city of Ambato will have an improvement in their visits, and will receive a growing economy. Also, the city will can give a perspective of their content, and don't stay the wonderful in their interior of the city.

Elaboration

Diffusion

Recognize

INTRODUCCIÓN

La naturaleza del problema investigado es que los sitios turísticos de la ciudad de Ambato no albergan un soporte adecuado en el cual los visitantes puedan guiarse para tener el conocimiento adecuado de estos lugares. El alcance, si no se soluciona de manera correcta el problema, puede tener como resultado que estos sitios no alberguen la acogida necesaria, dando como resultado a que la economía se vea afectada al no haber quienes puedan aportar a estos lugares.

Los obstáculos y desafíos son la falta de recursos para desarrollar el proyecto y por lo tanto no poder terminarlo con acabados gráficos aceptables y llamativos. Otro obstáculo puede ser, la falta de interés por parte de los residentes del Norte de Quito ya que puede darse el caso de que no posean interés por el soporte a realizarse. Un desafío a superar es la elaboración de la estrategia creativa planteada, ya que, si no se realiza de manera precisa, el producto puede quedar sin el debido reconocimiento.

Los sitios turísticos representan un ingreso para los sectores donde se encuentren ubicados y, por lo tanto, sí el problema no se resuelve, dichos lugares pueden verse afectados económicamente, además de que los mencionados lugares son lo que representa a la ciudad por lo que se debe procurar una mayor atención a resolver los problemas publicitarios que Ambato tiene.

La idea es difundir los principales sitios turísticos de la ciudad de Ambato mediante una revista, la cual, tendrá una estrategia creativa para que sea promocionada y llegue al grupo objetivo planteado. Lo que se desea realizar es la creación de un soporte con el cual se pueda conocer más acerca de estos sitios, promocionarlos mediante el uso de fotografías y textos.

Como límites de la investigación están el conocer, estudiar y promover los sitios turísticos usando distintos medios, pero no ir más allá de ellos, es decir, no se investigará la ciudad completa y todos los sitios de turismo que tiene; solo determinados lugares, los cuales, pueden atraer más la atención del grupo objetivo al cual está dirigido el proyecto y su respectivo producto.

Conseguir una mayor acogida por parte del grupo objetivo en los sitios turísticos, por medio de información llamativa gracias al soporte a realizarse, todo con el apoyo de la estrategia que otorgará una mayor posibilidad de que el producto sea conocido pues el promover el producto correctamente tendrá un resultado positivo para la ciudad estudiada y sus sitios turísticos.

CAPÍTULO I

ANTECEDENTES

1.01. Contexto

“Ecuador república situada en el noroeste de Sudamérica, limita al norte con Colombia, al este y sur con Perú, y al oeste con el océano Pacífico. Debe su nombre a la línea imaginaria del ecuador, que atraviesa el país y divide a la Tierra en dos hemisferios. Las islas Galápagos o archipiélago de Colón, localizadas en el Pacífico a unos 1.000 km de la costa, pertenecen a Ecuador. El país tiene una superficie de 272.045 km² contando con las Galápagos” (Arcos, 2006)

“En Ecuador se encuentra Tungurahua cuya capital es la ciudad de Ambato, fundada un 6 de diciembre de 1698. Como división tiene 10 parroquias urbanas y 18 parroquias rurales. Nombre completo, San Juan Bautista de Ambato” (EcuRed, 2010)

La ciudad es conocida como Jardín del Ecuador, Tierra de Flores y Frutas o también como la ciudad de los tres Juanes, por ser cuna de Juan León Mera, Juan Montalvo y Juan Benigno; tres hombres que fueron destacados líderes liberales y un gran orgullo para su tierra al colocar en alto el nombre del lugar donde residían, quedándose así en la memoria e historia de la ciudad.

Es también conocida como Cuna de los Tres Juanes, Fénix del Ecuador. Una ciudad que, a pesar de las adversidades, ha enfrentado todo obstáculo y se ha sabido

levantar. Ambato es la sede de una de las fiestas más emblemáticas que tiene Ecuador, la fiesta de las flores y las frutas.

El clima de esta bella ciudad es templado seco, debido a que se encuentra en la Cordillera Occidental. Está enclavada en una hondonada formada por seis mesetas: Píllaro, Quisapincha, Tisaleo, Quero, Huambalo y Cotaló.

En ciertas temporadas el clima se torna gélido y las lluvias parecen nunca terminar, pero la mayoría del tiempo el clima es agradable; su temperatura media es de 10 a 25 grados.

“Ambato está ubicada a 78°; 37' 11” de longitud con relación al Meridiano de Greenwich y a 1° 13' 28” de latitud sur con relación a la Línea Equinoccial, a 2.567 metros sobre el nivel del mar” (Lucia, 2012)

Esta ciudad alberga una serie de atractivos; entre ellos existen parques, museos, mausoleos y demás sitios turísticos ubicados en distintos lugares de la ciudad, en los que se enfocará la investigación.

1.02. Justificación

Ambato es una ciudad hermosa con gente buena, en dicha ciudad existe una variedad de sitios que visitar, los cuales dejan sorprendido a todo aquel que los conoce. Lugares como parques, museos, iglesias y casas culturales; estos lugares albergan atractivos, datos e historias que valen la pena ver y estudiar, tanto para la vida estudiantil como para toda persona que simplemente guste de vacacionar.

Ambato, a pesar de tener tantos lugares hermosos para visitar, no cuenta con un soporte apropiado para su difusión, es por esa razón se planteó el desarrollo de este proyecto enfocado en presentar a los principales sitios turísticos de Ambato por

medio de una revista. Con el uso de la estrategia publicitaria promocionar la revista a realizarse, dando como resultado que las personas que residen en el Norte de Quito conozcan acerca de las maravillas que ofrece esta Ciudad.

EL proyecto busca que la revista sea promocionada de manera adecuada. En un tiempo ciertamente más extenso, alcanzar a los visitantes y que ellos adquieran el medio impreso, además cautivarlos con lo plasmado en el medio a usarse. Después de un lapso mayor de tiempo, que los atractivos de la ciudad tengan una mejor recepción por parte de las personas del Norte de Quito.

El proyecto no solo beneficiará a los habitantes de los sitios a investigarse, también favorecerá a sus ejecutores pues la investigación y el desarrollo permitirá alcanzar un nivel más alto de experiencia al momento de realizar una estrategia creativa y que esté bien encaminada a promocionar el soporte gráfico que, en esta carrera, es requerido con mucha frecuencia.

La investigación va a ayudar a impulsar el Plan Nacional del Buen Vivir en el objetivo No.3 el cuál dicta: "Mejorar la calidad de vida de la población" (buenvivir, 2017) Si los atractivos turísticos tienen más visitas, dicha acción generará más empleo y por ende una mejor economía, ayudando a que los pobladores tengan una mejor condición de vida.

Lo que el proyecto busca como fin general es crear un soporte en el cual se plasmen los atractivos, siendo visualmente llamativo para quién lo va a adquirir; promocionar mediante una estrategia creativa la revista, además de una línea gráfica lo bastante atractiva como para convencer al público de que los sitios turísticos de Ambato no son algo que se pueda pasar por alto.

1.03. Definición del Problema Central (Matriz T)

Tabla 1: Análisis de las fuerzas T

Análisis de las Fuerzas T					
Situación empeorada	Situación actual				Situación mejorada
Carentes soportes y nula difusión en el Norte de Quito de los principales sitios turísticos de Ambato.	Escasos soportes para la difusión en el norte de Quito de Ambato y sus principales sitios turísticos.				Existencia de un soporte adecuado para la apta difusión de los principales sitios turísticos de Ambato.
Fuerza impulsadora	I	PC	I	PC	Fuerza bloqueadora
Suficiente presupuesto destinado por parte de las autoridades para impulsar el turismo de los atractivos de Ambato.	4	2	4	2	Escaso presupuesto destinado por las autoridades para impulsar los atractivos de Ambato.
Autoridades motivadas a impulsar el turismo de los sitios turísticos de Ambato.	4	3	4	2	Insuficiente motivación por parte de las autoridades para impulsar los sitios turísticos de Ambato.
Gran interés por parte de los residentes del Norte de Quito acerca de los sitios turísticos de Ambato.	4	4	4	4	Desinterés acerca de los sitios turísticos de Ambato por parte de las personas que residen en el Norte de Quito.
Apropiada información de los lugares turísticos de la ciudad de Ambato.	4	4	4	4	Limitada información acerca de los sitios turísticos de la ciudad de Ambato.
Apropiada publicidad para la promoción de los sitios turísticos de Ambato.	4	4	4	4	Falta de publicidad para promocionar a Ambato y sus sitios turísticos.

CAPÍTULO II

ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS

2.01. Mapeo de los Involucrados

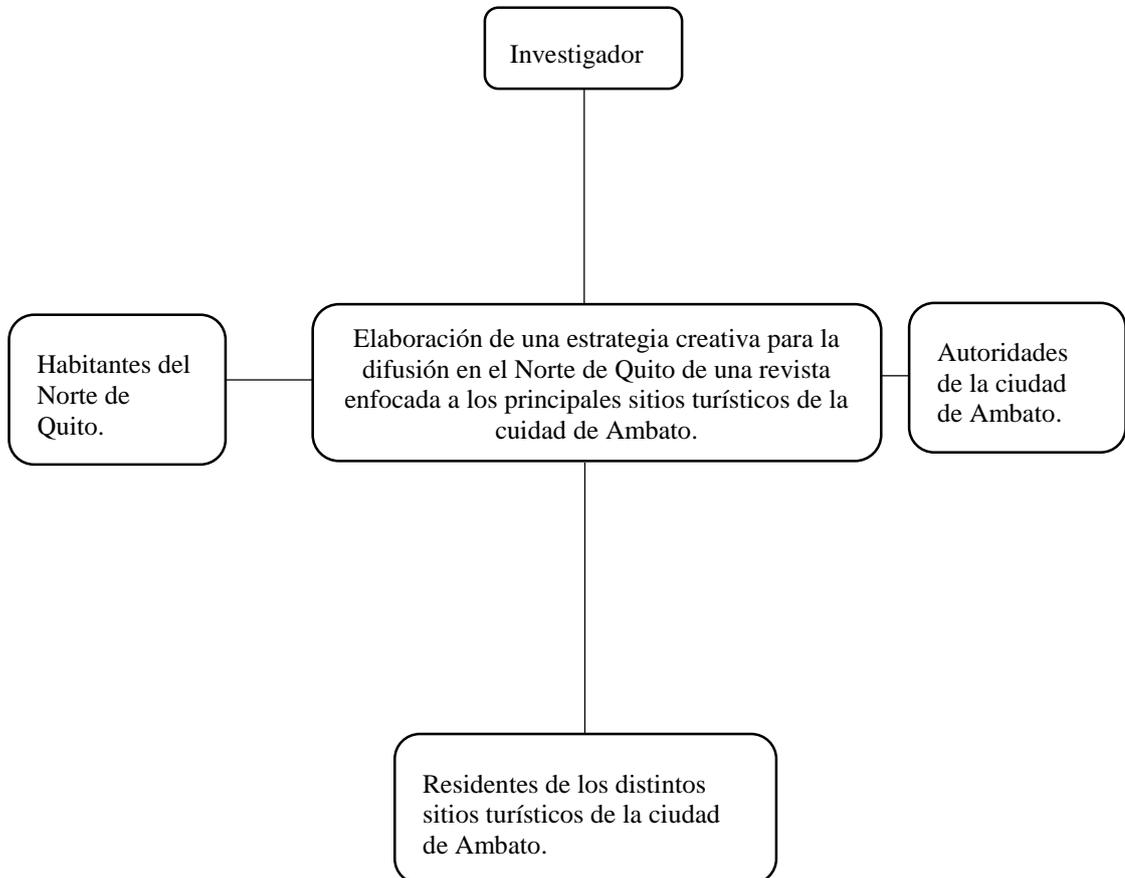


Figura 1: Mapeo de involucrados.

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.
Investigador	Proporcionar un soporte adecuado de los principales atractivos turísticos de Ambato y difundirlos en el Norte de Quito de la manera apropiada.	Insuficiente información acerca de los sitios turísticos de Ambato.	Capacidad intelectual. Recursos económicos.	Mejorar la difusión en el Norte de Quito de los principales sitios turísticos de la ciudad de Ambato.	Falta de recursos para el desarrollo y finalización del proyecto.
Autoridades de la ciudad de Ambato.	Resolver la falta de información de los principales sitios turísticos de su ciudad.	Falta de recursos para la dispersión del soporte para la promoción de sus principales sitios turísticos.	Leyes. Recursos humanos. Recursos informativos. Capacidad intelectual.	Promover los principales sitios turísticos de la ciudad de Ambato.	Escaso apoyo por parte de las autoridades de Ambato.
Residentes de los distintos sitios turísticos de la ciudad de Ambato.	Que sus atractivos sean más conocidos.	Escaso turismo en los sitios turísticos donde residen.	Recursos humanos. Recursos publicitarios. Capacidad intelectual.	Aumentar el nivel de turismo de los atractivos turísticos dónde viven.	Falta de interés por parte de los residentes de los distintos lugares turísticos de Ambato.
Habitantes del Norte de Quito.	Tener el conocimiento adecuado de los sitios que pueden visitar en Ambato.	Inadecuada información acerca de los sitios que pueden visitar en Ambato.	Recursos publicitarios. Recursos humanos.	Conocer de manera detallada los principales lugares turísticos de la ciudad de Ambato.	Inexistente acogida de los habitantes del Norte de Quito hacia los principales sitios turísticos de Ambato.

CAPÍTULO III

3. PROBLEMAS Y OBJETIVOS

3.01. Árbol de Problemas

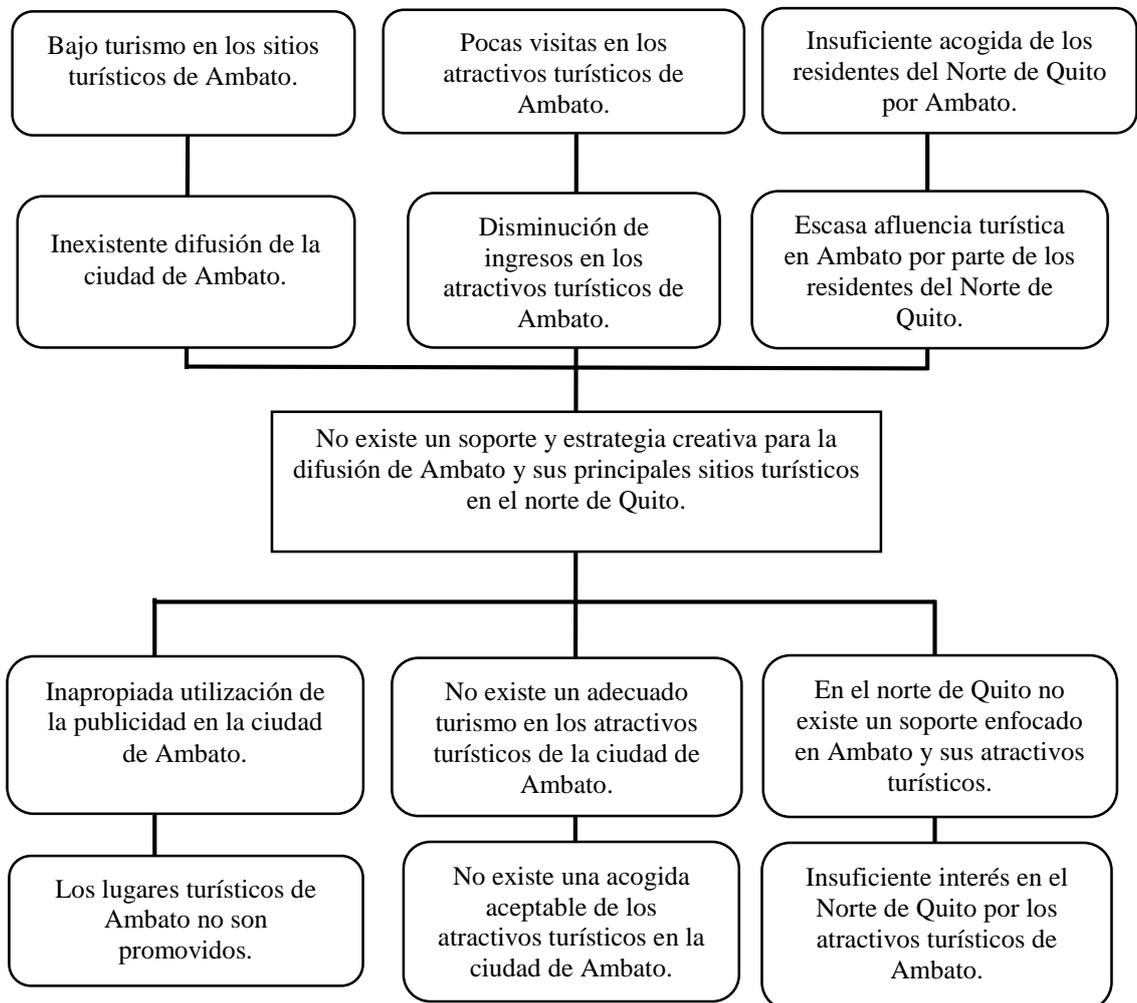


Figura 2 : Árbol de Problemas.

3.02. Árbol de Objetivos

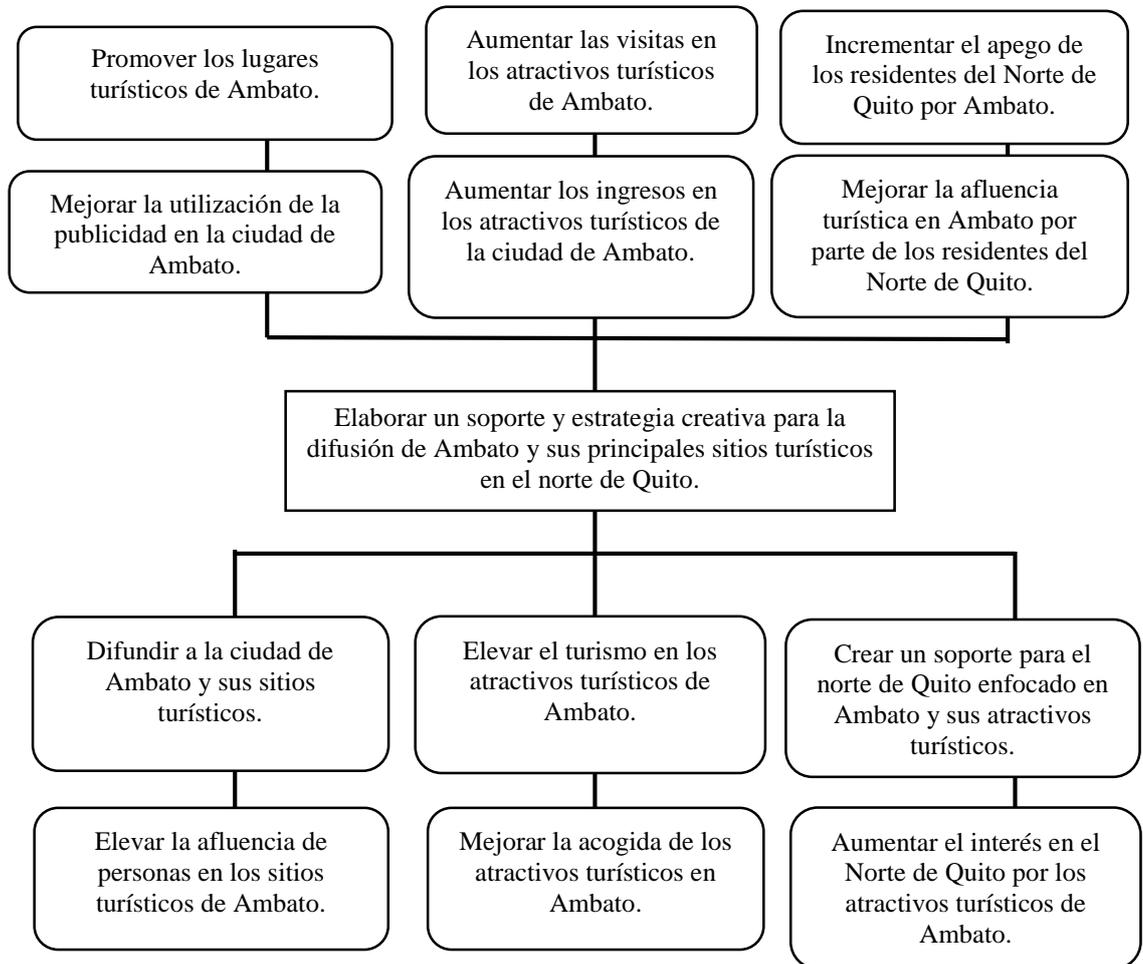


Figura 3: Árbol de objetivos de Ambato.

CAPÍTULO IV

4. Análisis de Alternativas

4.01. Matriz de Análisis de Alternativas e Identificación de Acciones

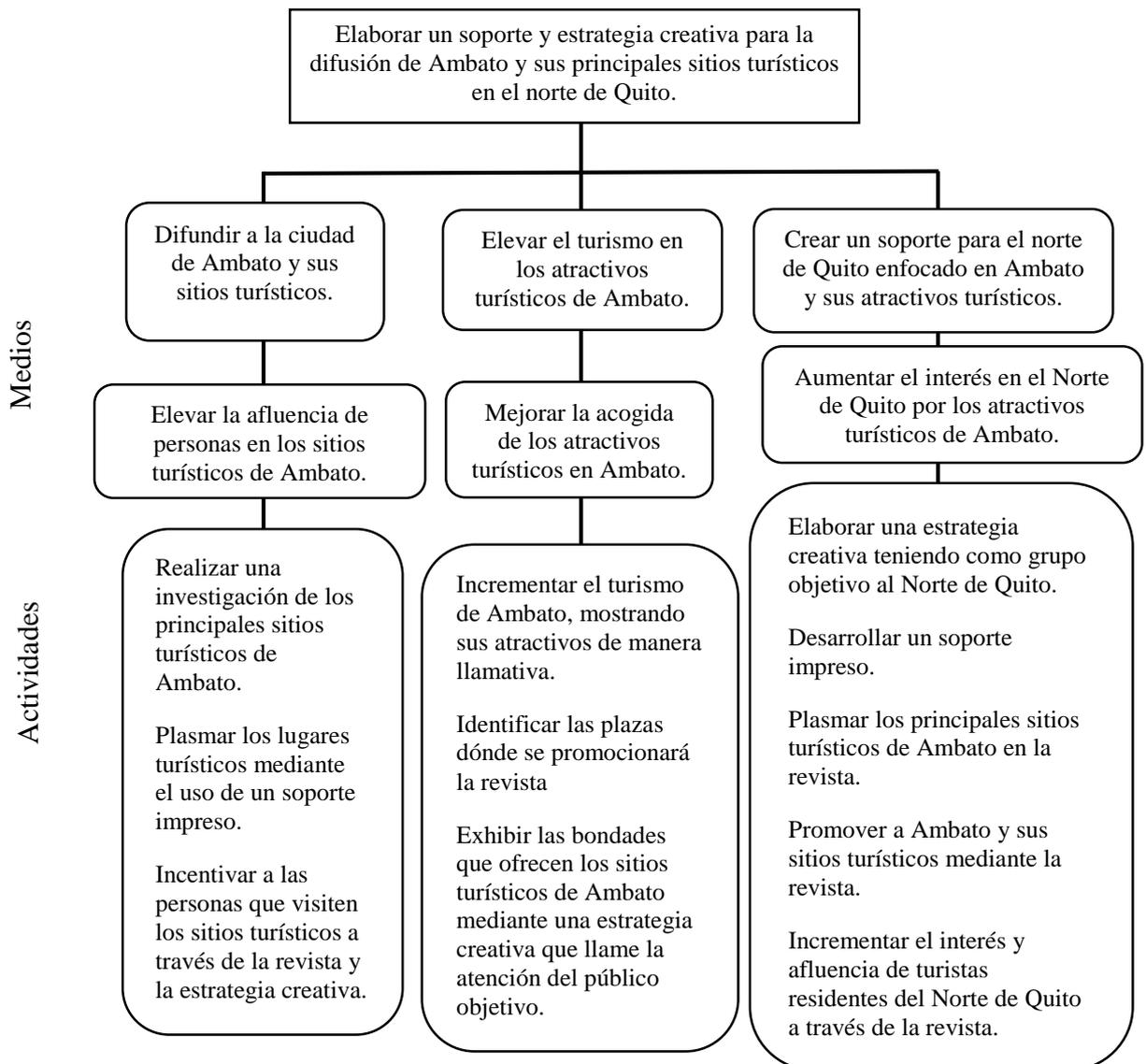


Figura 4: Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones

4.01.01. Tamaño del Proyecto

Según el censo realizado en el año 2010, Quito cuenta con un número de habitantes de 2.239.191 de los cuales están divididos en: (INEC, 2010)

Hombres: 1.088.811

Mujeres: 1.150.380

Total: 2.239.191

$$n: \frac{K^2 * p * q * N}{(E^2 * (N-1) + K * p * q)}$$

$$n: \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 2.239.191}{(0,05 * (2.239.191-1)) + 2^2 * 0,5 * 0,5)}$$

$$n: \frac{2,150.519}{(0,025 * 2.239.190) + 1}$$

$$n: \frac{2,150.519}{55978}$$

$$n: 385$$

De la población se tomará una muestra de 385

4.01.02. Localización del Proyecto

Ambato está ubicado a 128 Km. al Sur de Quito, rodeada de hermosos volcanes y nevados, cuenta con un clima primaveral durante todo el año. (Ecostravel, 2014)



Figura 5 Localización del Proyecto

4.02. Análisis Ambiental

La investigación y elaboración del producto, presenta aspectos positivos y negativos para el medio ambiente; Debido a que el uso de materiales que puedan influir en él de manera positiva y, de igual manera, existirán partes que directa o indirectamente causaran algún daño al medio ambiente. Por estas razones se expondrá el impacto, tanto positivo como negativo, para el medio ambiente que causará el proyecto.

4.02.01 Impacto Positivo.

El papel que se usará para el desarrollo de la revista será de material ecológico, resultando un aspecto positivo para el medio ambiente pues no se usan materiales dañinos para el mismo. Los programas que se utilizaran son Adobe Illustrator,

Photoshop e Indesign, los mismos no son contaminantes para el medio ambiente pues no dejan algún tipo de desperdicio contaminante.

4.02.03 Impacto Negativo.

El material para las portadas, publicidad, adhesivos y demás, pueden ser perjudiciales para el medio ambiente. Ellos generan contaminantes afectando al medio ambiente.

Las tintas para imprimir, tanto la revista como el material que se necesitará para el desarrollo del proyecto no es ecológica por lo que resulta peligroso para el medio ambiente.

4.03. Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos

Tabla 3: Impacto de los objetivos de Ambato.

Objetivos	Impacto sobre el Propósito	Factibilidad Técnica	Factibilidad Financiera	Factibilidad Social	Factibilidad Política	Total	Categoría
Difundir a la ciudad de Ambato y sus sitios turísticos.	5	3	3	4	3	18	Media
Elevar el turismo en los atractivos turísticos de Ambato.	4	3	3	5	4	19	Media
Crear un soporte para el norte de Quito enfocado en Ambato y sus atractivos turísticos.	5	4	4	4	2	19	Media
Elevar la afluencia de personas en los sitios turísticos de Ambato.	5	5	3	4	3	20	Media
Mejorar la acogida de los atractivos turísticos en Ambato.	5	4	5	4	3	21	Alta
Aumentar el interés en el Norte de Quito por los atractivos turísticos de Ambato.	5	4	5	4	4	22	Alta

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

4.04. Diagrama de Estrategias

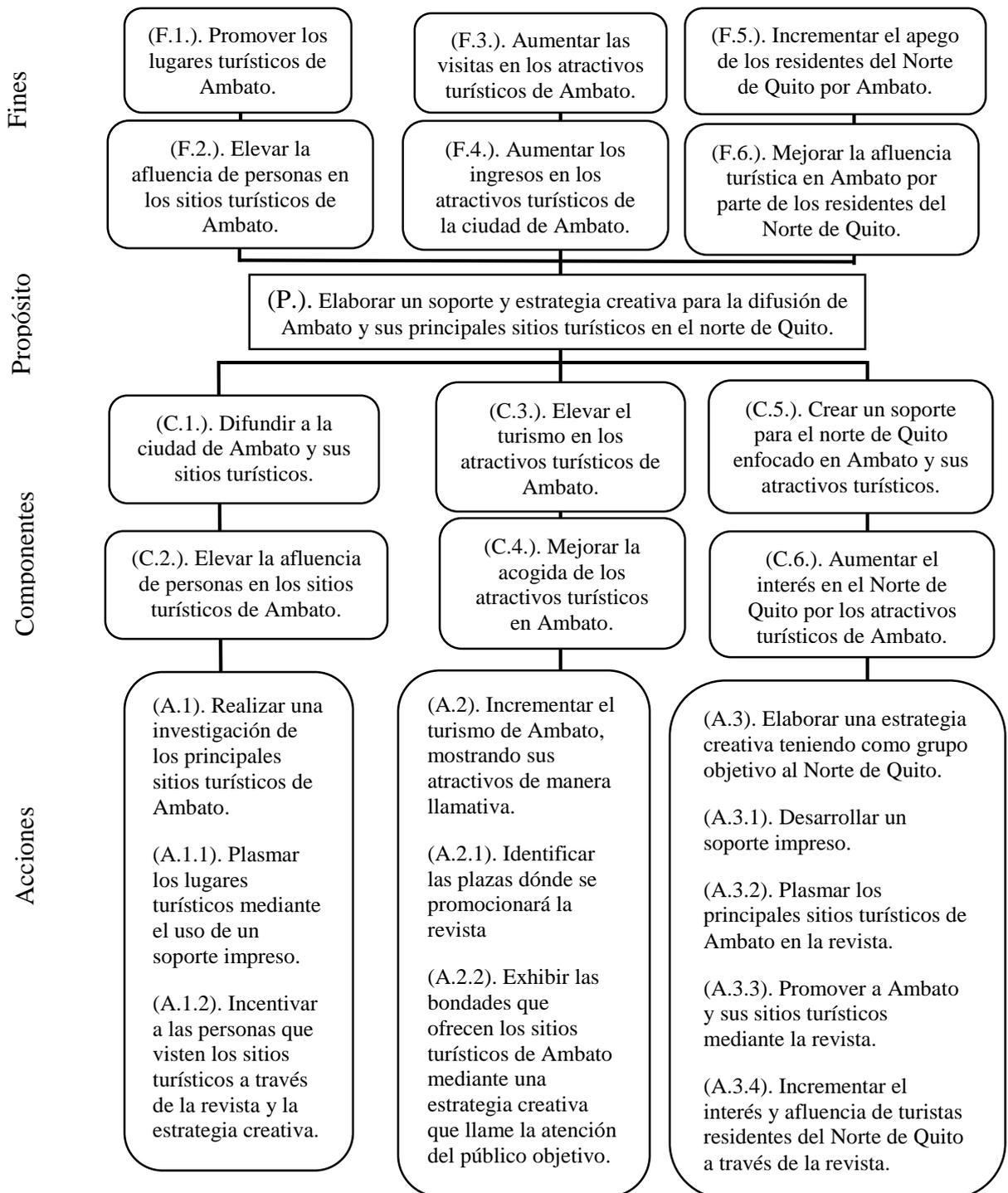


Figura 6: Diagrama de Estrategias

4.05. Construcción de la Matriz de Marco Lógico

4.05.01. Revisión de los Criterios para Indicadores

Tabla 4: Revisión de los Criterios para Indicadores

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	META				
			Cantidad.	Calidad.	Tiempo	Lugar	Grupo Social
Fines	(F.1.). Promover los lugares turísticos de Ambato.	Aumento de la difusión. (80%)	308	Excelente	3 Meses	Quito	Medio y Medio alto
	(F.2.). Elevar la afluencia de personas en los sitios turísticos de Ambato.	Incremento de la afluencia turística. (70%)	269	Bueno	3 Meses	Quito	Medio y Medio alto
	(F.3.). Aumentar las visitas en los atractivos turísticos de Ambato.	Aumento de visitas (80%)	308	Bueno	3 Meses	Quito	Medio y Medio alto
	(F.4.). Aumentar los ingresos en los atractivos turísticos de la ciudad de Ambato.	Ayuda para el aumento de ingresos. (60%)	231	Bueno	3 Meses	Quito	Medio y Medio alto
	(F.5.). Incrementar el apego de los residentes del Norte de Quito por Ambato.	Incrementar la popularidad. (80%)	308	Excelente	2 Meses	Quito	Medio y Medio alto
	(F.6.). Mejorar la afluencia turística en Ambato por parte de los residentes del Norte de Quito.	Mejorar la afluencia turística. (70%)	269	Bueno	2 Meses	Quito	Medio y Medio alto
Propósito	(P.). Elaborar un soporte y estrategia creativa para la difusión de Ambato y sus principales sitios turísticos en el norte de Quito.	Desarrollo de soporte.	1	Excelente	2 Meses	Quito	Medio y Medio alto
Componentes	(C.1.). Difundir a la ciudad de Ambato y sus sitios turísticos.	Incrementar la difusión (80%)	308	Excelente	3 Meses	Quito	Medio y Medio alto
	(C.2.). Elevar la afluencia de personas en los sitios turísticos de Ambato.	Aumento de visitas (80%)	308	Excelente	3 Meses	Quito	Medio y Medio alto

ELABORACIÓN DE UNA ESTRATEGIA CREATIVA PARA LA DIFUSIÓN EN EL NORTE DE QUITO DE UNA REVISTA ENFOCADA A LOS PRINCIPALES SITIOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE AMBATO.

	Resumen Narrativo	Indicador	META				
			Cantidad.	Calidad.	Tiempo	Lugar	Grupo Social
	(C.3.). Elevar el turismo en los atractivos turísticos de Ambato.	Aumento de las visitas (80%)	308	Excelente	3 Meses	Quito	Medio y Medio alto
	(C.4.). Mejorar la acogida de los atractivos turísticos en Ambato.	Incentivo del turismo. (70%)	269	Bueno	3 Meses	Quito	Medio y Medio alto
	(C.5.). Crear un soporte para el norte de Quito enfocado en Ambato y sus atractivos turísticos.	Aumento de información.	1	Excelente	2 Meses	Quito	Medio y Medio alto
	(C.6.). Aumentar el interés en el Norte de Quito por los atractivos turísticos de Ambato.	Mejorar la afluencia turística. (70%)	308	Bueno	3 Meses	Quito	Medio y Medio alto
Actividades	(A.1). Realizar una investigación de los principales sitios turísticos de Ambato.	Selección de información útil.	1	Excelente	2 Semanas	Quito	Medio y Medio alto
	(A.1.1). Plasmar los lugares turísticos mediante el uso de un soporte impreso.	Uso del diseño gráfico y editorial.	1	Excelente	1 Mes	Quito	Medio y Medio alto
	(A.1.2). Incentivar a las personas que visitan los sitios turísticos a través de la revista y la estrategia creativa.	Difundir la información de los sitios turísticos. (85%)	327	Bueno	3 Meses	Quito	Medio y Medio alto
	(A.2). Incrementar el turismo de Ambato, mostrando sus atractivos de manera llamativa.	Uso de la estrategia creativa. (90%)	346	Excelente	3 Meses	Quito	Medio y Medio alto
	(A.2.1). Identificar las plazas donde se promocionará la revista.	Identificar las plazas adecuadas.	1	Excelente	2 Semanas	Quito	Medio y Medio alto
	(A.2.2). Exhibir las bondades que ofrecen los sitios turísticos de Ambato mediante una estrategia creativa que llame la atención del público objetivo.	Producir una estructura visualmente correcta.	1	Excelente	3 Meses	Quito	Medio y Medio alto

ELABORACIÓN DE UNA ESTRATEGIA CREATIVA PARA LA DIFUSIÓN EN EL NORTE DE QUITO DE UNA REVISTA ENFOCADA A LOS PRINCIPALES SITIOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE AMBATO.

Resumen Narrativo	Indicador	META				
		Cantidad.	Calidad.	Tiempo	Lugar	Grupo Social
(A.3). Elaborar una estrategia creativa teniendo como grupo objetivo al Norte de Quito.	Captar la atención de los turistas.	1	Bueno	2 Semanas	Quito	Medio y Medio alto
(A.3.1). Desarrollar un soporte impreso.	Desarrollo del material gráfico.	1	Excelente	1 Mes	Quito	Medio y Medio alto
(A.3.2). Plasmear los principales sitios turísticos de Ambato en la revista.	Elección de información para el soporte impreso.	1	Excelente	1 Mes	Quito	Medio y Medio alto
(A.3.3). Promover a Ambato y sus sitios turísticos mediante la revista.	Estructura de la revista bien realizada.	1	Excelente	3 Meses	Quito	Medio y Medio alto
(A.3.4). Incrementar el interés y afluencia de turistas residentes del Norte de Quito a través de la revista.	Fotografías de calidad atractivas para los turistas. (80%)	308	Bueno	3 Meses	Quito	Medio y Medio alto

4.05.02. Selección de Indicadores

Tabla 5: Selección de indicadores

Nivel	Resumen Narrativo	Indicadores	Clasificadores de Indicadores					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
Finalidades	(F.1.). Promover los lugares turísticos de Ambato.	Aumento de la difusión. (80%)	X	X		X	X	4	Alto
	(F.2.). Elevar la afluencia de personas en los sitios turísticos de Ambato.	Incremento de la afluencia turística. (70%)	X	X		X	X	4	Alto
	(F.3.). Aumentar las visitas en los atractivos turísticos de Ambato.	Aumento de visitas (80%)	X	X		X	X	4	Alto
	(F.4.). Aumentar los ingresos en los atractivos turísticos de la ciudad de Ambato.	Ayuda para el aumento de ingresos. (60%)			X	X		2	Media
	(F.5.). Incrementar el apego de los residentes del Norte de Quito por Ambato.	Incrementar la popularidad. (80%)	X	X		X	X	4	Alto
	(F.6.). Mejorar la afluencia turística en Ambato por parte de los residentes del Norte de Quito.	Mejorar la afluencia turística. (70%)	X	X		X	X	4	Alto
Propósito	(P.). Elaborar un soporte y estrategia creativa para la difusión de Ambato y sus principales sitios turísticos en el norte de Quito.	Desarrollo de soporte.	X	X	X	X	X	5	Alto
Componentes	(C.1.). Difundir a la ciudad de Ambato y sus sitios turísticos.	Incrementar la difusión (80%)	X	X	X	X	X	5	Alto
	(C.2.). Elevar la afluencia de personas en los sitios turísticos de Ambato.	Aumento de visitas (80%)	X	X		X	X	4	Alto
	(C.3.). Elevar el turismo en los atractivos turísticos de Ambato.	Aumento de las visitas (80%)	X	X		X	X	4	Alto
	(C.4.). Mejorar la acogida de los atractivos turísticos en Ambato.	Incentivo del turismo. (70%)	X		X	X	X	4	Alto
	(C.5.). Crear un soporte para el norte de Quito enfocado en Ambato y sus atractivos turísticos.	Aumento de información.	X	X	X	X	X	5	Alto
	(C.6.). Aumentar el interés en el Norte de Quito por los atractivos turísticos de Ambato.	Mejorar la afluencia turística. (70%)	X	X	X	X	X	5	Media
Actividades	(A.1). Realizar una investigación de los principales sitios turísticos de Ambato.	Selección de información útil (60%)	X	X	X	X	X	5	Alto

ELABORACIÓN DE UNA ESTRATEGIA CREATIVA PARA LA DIFUSIÓN EN EL NORTE DE QUITO DE UNA REVISTA ENFOCADA A LOS PRINCIPALES SITIOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE AMBATO.

Resumen Narrativo	Indicadores	Clasificadores de Indicadores					Puntaje	Selección
		A	B	C	D	E		
(A.1.1). Plasmar los lugares turísticos mediante el uso de un soporte impreso.	Uso del diseño gráfico y editorial (90%)	X	X	X	X	X	5	Alto
(A.1.2). Incentivar a las personas que visitan los sitios turísticos a través de la revista y la estrategia creativa.	Difundir la información de los sitios turísticos (85%)	X	X		X	X	4	Alto
(A.2). Incrementar el turismo de Ambato, mostrando sus atractivos de manera llamativa.	Uso de la estrategia creativa (90%)	X			X	X	3	Media
(A.2.1). Identificar las plazas dónde se promocionará la revista	Identificar las plazas adecuadas (80%)	X	X	X	X	X	5	Alto
(A.2.2). Exhibir las bondades que ofrecen los sitios turísticos de Ambato mediante una estrategia creativa que llame la atención del público objetivo.	Producir una estructura visualmente correcta. (60%)	X	X	X	X	X	5	Alto
(A.3). Elaborar una estrategia creativa teniendo como grupo objetivo al Norte de Quito.	Captar la atención de los turistas (80%)	X	X		X	X	4	Alto
(A.3.1). Desarrollar un soporte impreso.	Desarrollo del material gráfico (90%)	X	X		X	X	4	Alto
(A.3.2). Plasmar los principales sitios turísticos de Ambato en la revista.	Elección de información para el soporte impreso (60%)	X	X		X	X	4	Alto
(A.3.3). Promover a Ambato y sus sitios turísticos mediante la revista.	Estructura de la revista bien realizada (80%)	X	X	X	X	X	5	Alto
(A.3.4). Incrementar el interés y afluencia de turistas residentes del Norte de Quito a través de la revista.	Fotografías de calidad atractivas para los turistas (80%)	X	X		X	X	4	Alto

4.05.03. Medios de Verificación

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	(F.1.). Promover los lugares turísticos de Ambato.	Aumento de la difusión. (80%)	Primaria	Documentación	Cualitativo	3 meses	Investigador
	(F.2.). Elevar la afluencia de personas en los sitios turísticos de Ambato.	Incremento de la afluencia turística. (70%)	Primaria	Guía de observación	Cuantitativo	3 meses	Investigador
	(F.3.).Aumentar las visitas en los atractivos turísticos de Ambato.	Aumento de visitas (80%)	Primaria	Guía de observación	Cuantitativo	2 meses	Investigador
	(F.4.).Aumentar los ingresos en los atractivos turísticos de la ciudad de Ambato.	Ayuda para el aumento de ingresos. (60%)	Primaria	Documentación	Cuantitativo	1 mes	Investigador
	(F.5.). Incrementar el apego de los residentes del Norte de Quito por Ambato.	Incrementar la popularidad. (80%)	Primaria	Guía de observación	Cualitativo	1 mes	Investigador
	(F.6.). Mejorar la afluencia turística en Ambato por parte de los residentes del Norte de Quito.	Mejorar la afluencia turística. (70%)	Primaria	Documentación	Cualitativo	1 mes	Investigador
Propósito	(P.). Elaborar un soporte y estrategia creativa para la difusión de Ambato y sus principales sitios turísticos en el norte de Quito.	Desarrollo de soporte (100%)	Secundaria	Documentación	Cualitativo	1 semana	Investigador
Componentes	(C.1.). Difundir a la ciudad de Ambato y sus sitios turísticos.	Incrementar la difusión (80%)	Primaria	Guía de observación	Cualitativo	2 meses	Investigador
	(C.2.). Elevar la afluencia de personas en los sitios turísticos de Ambato.	Aumento de visitas (80%)	Primaria	Guía de observación	Cuantitativo	2 meses	Investigador

ELABORACIÓN DE UNA ESTRATEGIA CREATIVA PARA LA DIFUSIÓN EN EL NORTE DE QUITO DE UNA REVISTA ENFOCADA A LOS PRINCIPALES SITIOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE AMBATO.

	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
	(C.3.). Elevar el turismo en los atractivos turísticos de Ambato.	Aumento de las visitas (80%)	Primaria	Guía de observación	Cuantitativo	3 meses	Investigador
	(C.4.). Mejorar la acogida de los atractivos turísticos en Ambato.	Incentivo del turismo. (70%)	Primaria	Guía de observación	Cualitativo	2 meses	Investigador
	(C.5.). Crear un soporte para el norte de Quito enfocado en Ambato y sus atractivos turísticos.	Aumento de información	Secundaria	Documentación	Cualitativo	1 mes	Investigador
	(C.6.). Aumentar el interés en el Norte de Quito por los atractivos turísticos de Ambato.	Mejorar la afluencia turística. (70%)	Primaria	Guía de observación	Cualitativo	3 meses	Investigador
Actividades	(A.1). Realizar una investigación de los principales sitios turísticos de Ambato.	Selección de información útil (60%)	Secundaria	Documentación	Cualitativo	1 semana	Investigador
	(A.1.1). Plasmar los lugares turísticos mediante el uso de un soporte impreso.	Uso del diseño gráfico y editorial (90%)	Secundaria	Documentación	Cualitativo	1 semana	Investigador
	(A.1.2). Incentivar a las personas que visiten los sitios turísticos a través de la revista y la estrategia creativa.	Difundir la información de los sitios turísticos (85%)	Primaria	Documentación	Cuantitativo	3 meses	Investigador
	(A.2). Incrementar el turismo de Ambato, mostrando sus atractivos de manera llamativa.	Uso de la estrategia creativa (90%)	Primaria	Guía de observación	Cualitativo	2 meses	Investigador
	(A.2.1). Identificar las plazas dónde se promocionara la revista	Identificar las plazas adecuadas (80%)	Secundaria	Guía de observación	Cuantitativo	1 semana	Investigador

ELABORACIÓN DE UNA ESTRATEGIA CREATIVA PARA LA DIFUSIÓN EN EL NORTE DE QUITO DE UNA REVISTA ENFOCADA A LOS PRINCIPALES SITIOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE AMBATO.

Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
		Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
(A.2.2). Exhibir las bondades que ofrecen los sitios turísticos de Ambato mediante una estrategia creativa que llame la atención del público objetivo.	Producir una estructura visualmente correcta. (60%)	Primaria	Encuesta	Cualitativo	2 semanas	Investigador
(A.3). Elaborar una estrategia creativa teniendo como grupo objetivo al Norte de Quito.	Captar la atención de los turistas (80%)	Primaria	Guía de observación	Cualitativo	2 semanas	Investigador
(A.3.1). Desarrollar un soporte impreso.	Desarrollo del material gráfico (90%)	Primaria	Documentación	Cualitativo	1 semana	Investigador
(A.3.2). Plasmar los principales sitios turísticos de Ambato en la revista.	Elección de información para el soporte impreso (60%)	Secundaria	Documentación	Cualitativo	2 semanas	Investigador
(A.3.3). Promover a Ambato y sus sitios turísticos mediante la revista.	Estructura de la revista bien realizada (80%)	Primaria	Encuesta	Cualitativo	1 mes	Investigador
(A.3.4). Incrementar el interés y afluencia de turistas residentes del Norte de Quito a través de la revista.	Fotografías de calidad atractivas para los turistas (80%)	Primaria	Encuesta	Cuantitativo	3 meses	Investigador

4.05.04 Supuestos

Tabla 7: Supuestos

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Finalidades	(F.1.). Promover los lugares turísticos de Ambato.	Falta de presupuesto	X	X	X		X
	(F.2.). Elevar la afluencia de personas en los sitios turísticos de Ambato.	Desinterés del público	X		X		X
	(F.3.). Aumentar las visitas en los atractivos turísticos de Ambato.	Falla en la difusión	X		X		X
	(F.4.). Aumentar los ingresos en los atractivos turísticos de la ciudad de Ambato.	Falta de acogida por parte del grupo objetivo	X	X	X		X
	(F.5.). Incrementar el apego de los residentes del Norte de Quito por Ambato.	Desinterés por parte de los turistas			X		
	(F.6.). Mejorar la afluencia turística en Ambato por parte de los residentes del Norte de Quito.	Limitada información.	X	X			X
Propósito	(P.). Elaborar un soporte y estrategia creativa para la difusión de Ambato y sus principales sitios turísticos en el Norte de Quito.	Información y recursos limitados.	X	X	X		X
Componentes	(C.1.). Difundir a la ciudad de Ambato y sus sitios turísticos.	Alcance corto del mensaje.	X		X		
	(C.2.). Elevar la afluencia de personas en los sitios turísticos de Ambato.	Poca acogida por los atractivos turísticos	X		X		X
	(C.3.). Elevar el turismo en los atractivos turísticos de Ambato.	Poco interés por los atractivos turísticos.	X	X	X		
	(C.4.). Mejorar la acogida de los atractivos turísticos en Ambato.	Limitada atracción por los atractivos turísticos	X	X	X		X

	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
	(C.5.). Crear un soporte para el norte de Quito enfocado en Ambato y sus atractivos turísticos.	Falta de recursos.	X	X			X
	(C.6.). Aumentar el interés en el Norte de Quito por los atractivos turísticos de Ambato.	Inexistente interés de los residentes del norte de Quito por Ambato	X		X		X
Actividades	(A.1). Realizar una investigación de los principales sitios turísticos de Ambato.	Inexistente información y datos relevantes.	X	X			
	(A.1.1). Plasmar los lugares turísticos mediante el uso de un soporte impreso.	Falta de tiempo.	X		X		
	(A.1.2). Incentivar a las personas que visitan los sitios turísticos a través de la revista y la estrategia creativa	Falla en la difusión del soporte.	X	X	X		X
	(A.2). Incrementar el turismo de Ambato, mostrando sus atractivos de manera llamativa.	Escasos recursos tecnológicos.	X		X	X	
	(A.2.1). Identificar las plazas dónde se promocionara la revista	Inexistente información sobre las plazas.		X	X	X	
	(A.2.2). Exhibir las bondades que ofrecen los sitios turísticos de Ambato mediante una estrategia creativa que llame la atención del público objetivo.	Carentes datos sobre los sitios turísticos.	X	X	X		
	(A.3). Elaborar una estrategia creativa teniendo como grupo objetivo al Norte de Quito.	Insuficiente tiempo para cumplir el objetivo.	X		X	X	
	(A.3.1). Desarrollar un soporte impreso.	Limitados recursos económicos.	X		X		
	(A.3.2). Plasmar los principales sitios turísticos de Ambato en la revista.	Carencia de tiempo para realizar la revista	X		X		

ELABORACIÓN DE UNA ESTRATEGIA CREATIVA PARA LA DIFUSIÓN EN EL NORTE DE QUITO DE UNA REVISTA ENFOCADA A LOS PRINCIPALES SITIOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE AMBATO.

	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
	(A.3.3). Promover a Ambato y sus sitios turísticos mediante la revista.	Escaso apego por parte del grupo objetivo			X		
	(A.3.4). Incrementar el interés y afluencia de turistas residentes del Norte de Quito a través de la revista.	Desinterés por el soporte impreso por parte del grupo objetivo.	X		X		

4.04.05. Matriz de Marco Lógico (MML)

Tabla 8: Matriz de Marco Lógico

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación	Supuestos
Fines	(F.1.). Promover los lugares turísticos de Ambato.	Falta de presupuesto	Primaria Documentación Cualitativo	Falta de presupuesto
	(F.2.). Elevar la afluencia de personas en los sitios turísticos de Ambato.	Desinterés del público	Primaria Guía de observación Cuantitativo	Desinterés del público
	(F.3.). Aumentar las visitas en los atractivos turísticos de Ambato.	Falla en la difusión	Primaria Guía de observación Cuantitativo	Falla en la difusión
	(F.4.). Aumentar los ingresos en los atractivos turísticos de la ciudad de Ambato.	Falta de acogida por parte del grupo objetivo	Primaria Documentación Cuantitativo	Falta de acogida por parte del grupo objetivo
	(F.5.). Incrementar el apego de los residentes del Norte de Quito por Ambato.	Desinterés por parte de los turistas	Primaria Guía de observación Cualitativo	Desinterés por parte de los turistas
	(F.6.). Mejorar la afluencia turística en Ambato por parte de los residentes del Norte de Quito.	Limitada información.	Primaria Documentación Cualitativo	Limitada información.
Propósito	(P.). Elaborar un soporte y estrategia creativa para la difusión de Ambato y sus principales sitios turísticos en el Norte de Quito.	Información y recursos limitados.	Secundaria Documentación Cualitativo	Información y recursos limitados.
Componentes	(C.1.). Difundir a la ciudad de Ambato y sus sitios turísticos.	Alcance corto del mensaje.	Primaria Guía de observación Cualitativo	Alcance corto del mensaje.
	(C.2.). Elevar la afluencia de personas en los sitios turísticos de Ambato.	Poca acogida por los atractivos turísticos	Primaria Guía de observación Cuantitativo	Poca acogida por los atractivos turísticos
	(C.3.). Elevar el turismo en los atractivos turísticos de Ambato.	Poco interés por los atractivos turísticos.	Primaria Guía de observación Cuantitativo	Poco interés por los atractivos turísticos.
	(C.4.). Mejorar la acogida de los atractivos turísticos en Ambato.	Limitada atracción por los atractivos turísticos	Primaria Guía de observación Cualitativo	Limitada atracción por los atractivos turísticos

ELABORACIÓN DE UNA ESTRATEGIA CREATIVA PARA LA DIFUSIÓN EN EL NORTE DE QUITO DE UNA REVISTA ENFOCADA A LOS PRINCIPALES SITIOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE AMBATO.

	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación	Supuestos
	(C.5.). Crear un soporte para el norte de Quito enfocado en Ambato y sus atractivos turísticos.	Falta de recursos.	Secundaria Documentación Cualitativo	Falta de recursos.
	(C.6.). Aumentar el interés en el Norte de Quito por los atractivos turísticos de Ambato.	Inexistente interés de los residentes del norte de Quito por Ambato	Primaria Guía de observación Cualitativo	Inexistente interés de los residentes del norte de Quito por Ambato
Actividades	(A.1). Realizar una investigación de los principales sitios turísticos de Ambato.	Selección de información útil (60%)	Secundaria Documentación Cualitativo	Inexistente información y datos relevantes.
	(A.1.1). Plasmar los lugares turísticos mediante el uso de un soporte impreso.	Uso del diseño gráfico y editorial (90%)	Secundaria Documentación Cualitativo	Falta de tiempo.
	(A.1.2). Incentivar a las personas que visitan los sitios turísticos a través de la revista y la estrategia creativa.	Difundir la información de los sitios turísticos (85%)	Primaria Documentación Cuantitativo	Falla en la difusión del soporte.
	(A.2). Incrementar el turismo de Ambato, mostrando sus atractivos de manera llamativa.	Uso de la estrategia creativa (90%)	Primaria Guía de observación Cualitativo	Escasos recursos tecnológicos.
	(A.2.1). Identificar las plazas dónde se promocionara la revista	Identificar las plazas adecuadas (80%)	Secundaria Guía de observación Cuantitativo	Inexistente información sobre las plazas.
	(A.2.2). Exhibir las bondades que ofrecen los sitios turísticos de Ambato mediante una estrategia creativa que llame la atención del público objetivo.	Producir una estructura visualmente correcta. (60%)	Primaria Documentación Cualitativo	Carentes datos sobre los sitios turísticos.
	(A.3). Elaborar una estrategia creativa teniendo como grupo objetivo al Norte de Quito.	Captar la atención de los turistas (80%)	Primaria Guía de observación Cualitativo	Insuficiente tiempo para cumplir el objetivo.
	(A.3.1). Desarrollar un soporte impreso.	Desarrollo del material gráfico (90%)	Primaria Documentación Cualitativo	Limitados recursos económicos.
	(A.3.2). Plasmar los principales sitios turísticos de Ambato en la revista.	Elección de información para el soporte impreso (60%)	Secundaria Documentación Cualitativo	Carencia de tiempo para realizar la revista

ELABORACIÓN DE UNA ESTRATEGIA CREATIVA PARA LA DIFUSIÓN EN EL NORTE DE QUITO DE UNA REVISTA ENFOCADA A LOS PRINCIPALES SITIOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE AMBATO.

	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación	Supuestos
	(A.3.3). Promover a Ambato y sus sitios turísticos mediante la revista.	Estructura de la revista bien realizada (80%)	Primaria Documentación Cualitativo	Escaso apego por parte del grupo objetivo
	(A.3.4). Incrementar el interés y afluencia de turistas residentes del Norte de Quito a través de la revista.	Fotografías de calidad atrayentes para los turistas (80%)	Primaria Documentación Cuantitativo	Desinterés por el soporte impreso por parte del grupo objetivo.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.01. Antecedentes de la Herramienta y Perfil de la Propuesta

El trabajo que otros han realizado resulta, sin duda extraordinario, aunque no precisamente enfocado en lo que este proyecto tiene como objetivo. Existen un gran número de revistas turísticas que están encaminadas a presentar diversos lugares, además de mostrar sus características y la razón por la cual se deberían visitar; pero lo que dichos soportes no albergan es la idea de plasmar los sitios turísticos de la ciudad de Ambato y han expuesto otras ciudades.

El soporte impreso constará de diferentes secciones por las cuales toda persona interesada podrá ver y comprender el concepto de los atractivos turísticos de la ciudad en cuestión, además de sentirse atraído por los mismos. Se revisó el trabajo de otros investigadores pero el realizado en este proyecto se lo debería tomar en cuenta y no pasarlo desapercibido pues no está dirigido a simplemente crear una revista, sino a elaborar un medio por el que se pueda conocer las maravillas que alberga Ambato, como lo son parques, museos, iglesias y casas emblemáticas; todo manejado con un tono y estilo no sobrecargado, más bien sutil y por sobretodo necesario para quién desee relacionarse con una ciudad tan bella como la que se exhibe.

Una difusión adecuada para el mismo soporte es una de las causas por las que el proyecto debería ser visto e indagado, pues con ello se realizará la aproximación

del producto al público y, por ende, informarlos de que existen grandezas que se pueden visitar sin la necesidad de salir del país.

5.02 Marco Teórico

El soporte impreso es un material que expondrá a Ambato y sus sitios turísticos como grandes maravillas, usando un formato que no es común para no caer en la monotonía, además de realizarlo utilizando un tipo de redacción dónde la principal prioridad será narrar lo que el investigador ve a través de la visita a los sitios turísticos de la ciudad de en cuestión; las palabras técnicas se dejaran ciertamente de por fuera para dar paso a un tipo de escrito más parecido a lo encontrado en un libro, es decir, embelleciendo las palabras y por ende, enamorar a los lectores y que por consecuencia el solo hecho de visitar Ambato ya no sea una idea tan lejana sino un pensamiento posible de realizar.

La revista, obviamente, tendrá una composición acorde al tipo de escrito usado; con escritos y fotografías de los sitios turísticos, pero sin caer en la sobrecarga visual, más bien se manejará una maquetación sutil dónde la gracia del soporte impreso vendrá de sus palabras y fotografías y se valdrá de ello para llamar la atención, más no de una maquetación llena de recortes innecesarios o figuras sobrepuestas. En resumen, lo esperado es que la revista sea vista como elegante y sencilla, así como lo es la ciudad de Ambato; todo con el fin de promocionar los sitios turísticos plasmados en la revista por medio de la estrategia creativa a realizar.

5.02.01 Usabilidad

El uso del soporte impreso no es otro que plasmar la magnificencia de Ambato y sus sitios turísticos, además de promocionarlos gracias a la misma revista por medio de una estrategia creativa. Llevar a cabo una investigación, tanto visual como documentada, de estos sitios y colocarlos en el soporte impreso y que sea llamativo para el grupo objetivo. Ayudar a que Ambato no sea solamente conocido por una fiesta realizada anualmente, sino que sea notado por lo que alberga allí y está al alcance de todo el mundo.

5.02.02 Tipografía

Para el desarrollo del logotipo o identificador visual del soporte impreso, la tipografía GADUGI fue la usada por ser clara y legible, además de proporcionarle un aire imponente al nombre de Ambato.

La tipografía usada en el slogan del logotipo es AR BERKLEY; se utilizó por tener un cuerpo con curvaturas lo que proporciona un excelente contraste con la tipografía del título principal del logotipo. Por otra parte, tiene como objetivo el ayudar a plasmar el mismo escrito del slogan pues al tener curvas, la frase tiene un mejor enfoque.

GADUGI

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

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ; : " * ¡ ! \ ' ¿ ? "" \$ % & / () = {} [] , . < >

AR BERKLEY

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

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ; : " * ¡ ! \ ' ¿ ? " " \$ % & / () = { } [] , . <

5.02.03 Color (Teoría del color, psicología del color).

“Los colores también despiertan respuestas emocionales específicas en las personas. La gama cromática fría a la que pertenece el azul y sus derivados son relajantes, tranquilizantes, expresan soledad y lejanía. Por otro lado, la gama cálida a la que pertenecen el amarillo, el rojo y sus derivados son colores excitantes, expresan dinamismos, proximidad, fuerza, alegría y evocan al fuego y al sol” (Bender, 2017)

Los colores están enfocados en representar la naturaleza que existe en Ambato, lo que encontramos en sus parques lo cual está plasmado en la revista; esa es la razón de usar los colores verde y café.

Los derivados del gris son para representar las iglesias de la ciudad, además de plasmar la paz que existe en ella. El rojo significa la fortaleza de su gente y el amor que los mismos sienten por su ciudad. El azul simboliza el progreso que ha tenido esta ciudad y sus sitios turísticos a lo largo de los años sin importar las adversidades que se le han presentado.

5.02.03 Composición

La composición de la revista consta de varias partes como lo son la portada, contraportada, índice y demás zonas. El soporte constará de cuatro secciones las cuales están dirigidas a mostrar los parques, museos, iglesias y casas emblemáticas

**ELABORACIÓN DE UNA ESTRATEGIA CREATIVA PARA LA DIFUSIÓN
EN EL NORTE DE QUITO DE UNA REVISTA ENFOCADA A LOS
PRINCIPALES SITIOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE AMBATO.**

que tiene Ambato, cada una se podrá identificar mediante el uso de un color para cada sección, de esa manera con el solo hecho de leer el índice, el público podrá guiarse a través del soporte y así encontrar lo que desea sin ningún problema.

También estarán a la vista cuatro distintos íconos que plasmarán lo que contiene cada sección de la revista y de igual manera con su color predeterminado para cada lugar. La revista estará realizada por medio de una escritura que embellezca los atractivos turísticos, adornando las palabras como al momento de leer un libro, más no solo como descripciones.

Existirán fotografías propias del investigador, mostrando los lugares en cuestión, usando una maquetación sutil, sin demasiados adornos para dar el enfoque elegante y serio que se quiere lograr con la revista.

5.02.05 Estilos

Para la revista se usará un estilo Formal en el cual se plasmará los sitios turísticos de Ambato por medio de fotografías relevantes, las mismas se colocarán en el soporte impreso de manera sutil sin adornos innecesarios para brindar un aire fresco y elegante a la revista, además de plasmar paz y tranquilidad pues ello es lo que caracteriza a Ambato y su gente.

El identificador visual de la revista está enfocado a representar al volcán Tungurahua que se encuentra en la ciudad estudiada, cuya actividad es conocida por ser constante y por ello se ha usado dicho elemento para el desarrollo del logotipo, pues la idea es plasmar en el logotipo un elemento que se asocie fácilmente con Ambato.

La estrategia creativa a realizarse para la difusión de la revista y por ende de los sitios turísticos, se hizo en base a la previa investigación del grupo objetivo y ello como resultado se obtuvo que la revista se manejase con un tono formal, pero en cuanto a su promoción debe realizarse con un aire de cierta formalidad y otorgándole un estilo dinámico. Todo ello da como resultado, que la revista y la estrategia creativa estén de la mano y no se distancien visual ni conceptualmente.

5.02.06 Tendencias

El soporte impreso está enfocado a ser una guía por la cual el grupo objetivo visualice los aspectos que alberga Ambato y sus sitios turísticos, manejando la formalidad, la sutilidad y cierto aspecto dinámico como principal característica. Sin embargo, la revista y la estrategia creativa no siguen una tendencia ya marcada, más bien se realiza en base al estilo plasmado en la misma estrategia.

Si lo requerido es tener una tendencia como base, la única que podría tomarse como una, es la de los residentes de la ciudad estudiada en el proyecto, pues son personas tranquilas cuya determinación es la de generar empatía para quienes visitan su lugar de residencia. Esa es la tendencia que sigue la revista, la calma de Ambato y la pegadiza empatía y alegría que transmite su gente.

5.02.07 Estándares de calidad

Tanto el soporte impreso como la estrategia creativa, tendrán una realización enfocada y determinada a conseguir el objetivo propuesto en el proyecto. Los soportes tangibles estarán compuestos de un material resistente y duradero teniendo en cuenta la buena legibilidad de las palabras que contendrán y dar el mejor aspecto posible a las fotografías sobre el sitio investigado.

Se llevará a cabo su impresión con los mejores estándares de calidad para que la revista no pierda ningún terminado gráfico o detalles del mismo diseño. La publicidad realizada para la difusión de la revista con base a la estrategia creativa, tomará varios soportes los cuales, de igual manera, estarán desarrollados con el mayor de los intereses.

5.01.01.08. Software a utilizar

Para el desarrollo del soporte impreso y la estrategia creativa se usarán diversos softwares, cada uno para una tarea específica y dar un mejor terminado. Los programas a usar son Adobe Photoshop CS6 para la edición de fotografías, Adobe Illustrator CS6 para la maquetación de la revista, como una idea de lo que se desea hacer, además de facilitar la colocación de textos en el soporte y la estrategia; Adobe InDesign se utilizará para la maquetación de la revista, con este software se realizarán las páginas y por ende su estructura y que está lleve una línea única que la represente.

5.03. Descripción de la Herramienta

5.03.01. Metodología (Materiales y Métodos)

El desarrollo del proyecto fue realizado mediante el método de observación, examinando los sitios estudiados y analizando las causas por las que fue necesaria la elaboración del soporte impreso y la estrategia creativa, además de ayudarse con encuestas realizadas al grupo objetivo para una mayor y mejor obtención de resultados.

Diseño: se describe el diseño del experimento (aleatorio, controlado, casos y controles, ensayo clínico, prospectivo, etc.)

Población: La muestra obtenida es de trescientos ochenta y cinco y con ello se realizaron los cálculos respectivos.

Entorno: El entorno estudiado es el Norte de Quito, dónde se encuestaron a un número determinado de personas, tanto hombres como mujeres.

Intervenciones: Se utilizó uno en el cual fue un computador y internet, en los cuales se realizaron las encuestas y estas se distribuyeron al grupo objetivo.

Análisis estadístico: Gracias a la obtención de datos por medios de las encuestas se obtuvo unos valores los cuales ayudaron a tomar decisiones para el desarrollo del proyecto; estos datos fueron tabulados mediante el uso de gráficos que mostraban los valores en números y porcentajes facilitando su análisis.

5.03.02. Resultados

El resultado obtenido fue una compilación de respuestas gracias a las encuestas realizadas; las cuales ayudaron a que el proyecto avanzara sin problema, además de proporcionar una mejor perspectiva de lo que la ciudad estudiada necesitaba.

5.03.03 Encuesta

Para el desarrollo de la encuesta se determinó el uso de preguntas con dos variables como respuestas; cuestiones enfocadas al grupo objetivo los cuales son los residentes del Norte de Quito; evaluar cuanto conocían de Ambato y sus sitios turísticos, además de estudiar el interés que tenían dichas personas por la ciudad en cuestión y la posibilidad de que exista un soporte para ilustrar lo que esta ciudad tiene para ofrecer.

5.03.04 Modelo de encuesta

ENCUESTA - AMBATO

Encierre en un círculo su respuesta

1.- ¿Realiza sus vacaciones dentro de Ecuador?

Si No

2.- ¿Ha visitado alguna vez Ambato?

Si No

3.- ¿Ha recibido información acerca de Ambato?

Si No

4.- ¿Está Ambato entre las ciudades que usted desea visitar en alguna ocasión?

Si No

5.- Estaría dispuesto a invertir en unas vacaciones en Ambato?

Si No

6.- ¿Le gustaría conocer los sitios turísticos de Ambato?

Si No

7.- ¿Ha visto publicidad acerca de los sitios turísticos de Ambato?

Si No

8.- ¿Le parece que la difusión turística de Ambato es limitada?

Si No

9.- ¿Le gustaría que hubiese una guía turística sobre los sitios turísticos de Ambato?

Si No

10.- ¿Le agradecería que hubiese un medio impreso que plasme las maravillas que alberga Ambato?

Si No

5.03.05 Tabulación de encuestas

1.- ¿Realiza sus vacaciones dentro de Ecuador?

Tabla 9: Pregunta uno / Vacaciones dentro o fuera del país.

Variable	Respuesta	Porcentaje%
Si	315	91 %
No	34	9 %
Total	385	100

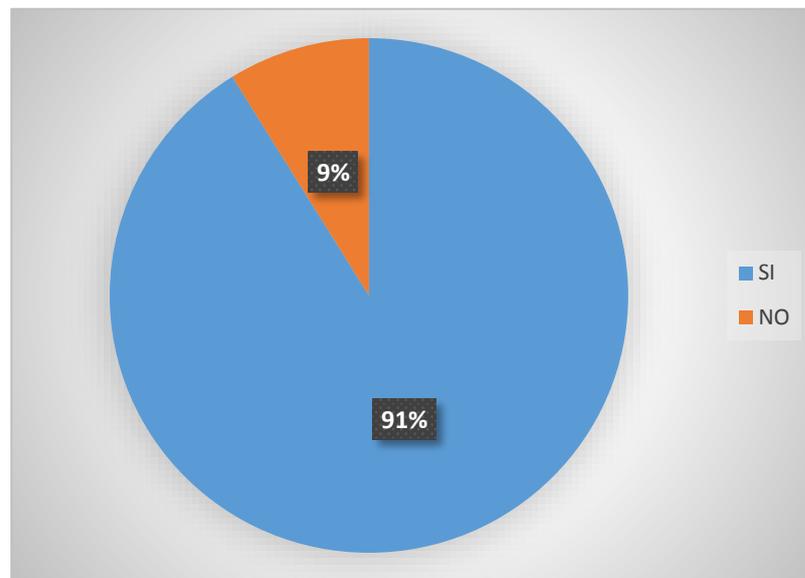


Figura 7: Pregunta uno / Vacaciones dentro o fuera del país.

Análisis.- En la pregunta número uno se obtuvo como resultado que 91% del grupo objetivo realizan sus vacaciones dentro de Ecuador, mientras que el 9% no lo hace.

2.- ¿Ha visitado alguna vez Ambato?

Tabla 10: Pregunta dos / Turismo en Ambato.

Variable	Respuesta	Porcentaje%
Si	308	80 %
No	77	20 %
Total	385	100

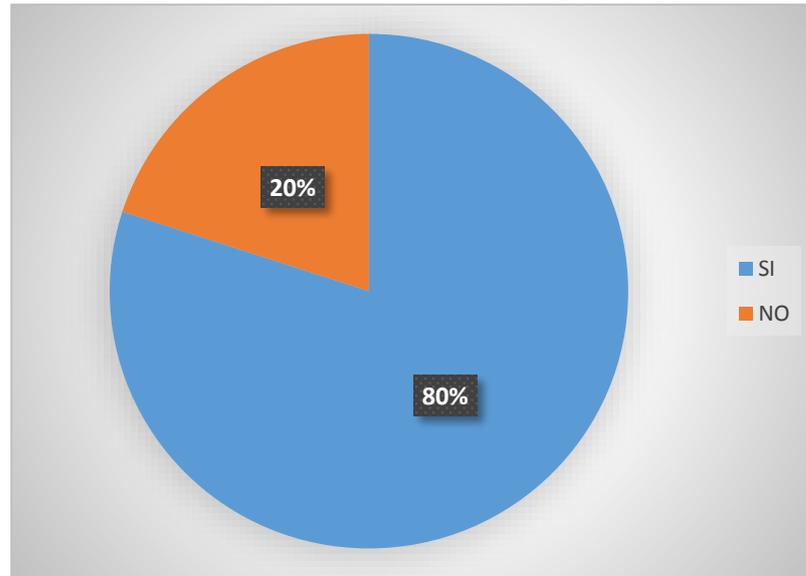


Figura 8: Pregunta dos / Turismo en Ambato.

Análisis.- En la pregunta número dos se obtuvo como resultado que el 80% del grupo objetivo ha visitado en algún momento la ciudad de Ambato, mientras que el 20% no lo ha hecho.

3.- ¿Ha recibido información acerca de Ambato?

Tabla 11: Pregunta tres / Información sobre Ambato.

Variable	Respuesta	Porcentaje%
Si	66	17 %
No	319	83 %
Total	385	100

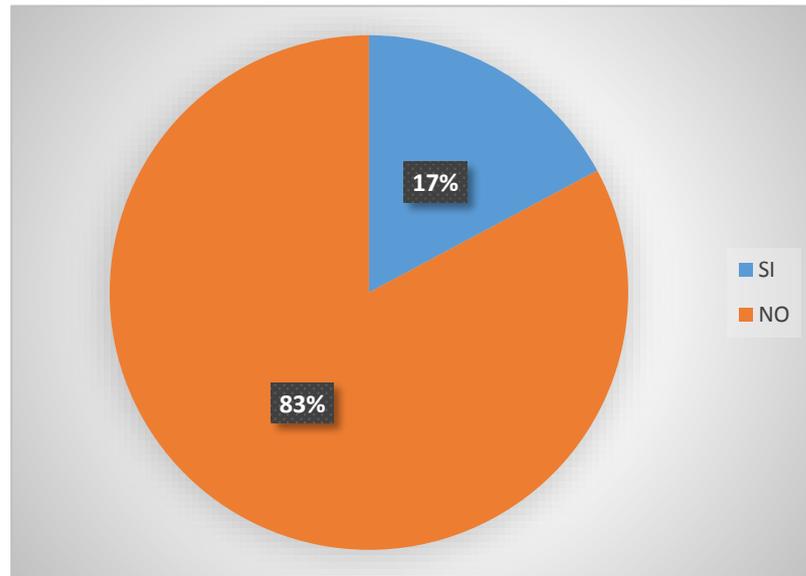


Figura 9: Pregunta tres / Información sobre Ambato.

Análisis.- En la pregunta número tres se obtuvo como resultado que el 17% del grupo objetivo si ha recibido información sobre Ambato, mientras que el 83% no ha recibido información.

4.- ¿Está Ambato entre las ciudades que usted desea visitar en alguna ocasión?

Tabla 12: Pregunta cuatro / Ciudades a visitar

Variable	Respuesta	Porcentaje%
Si	311	81 %
No	74	19 %
Total	385	100

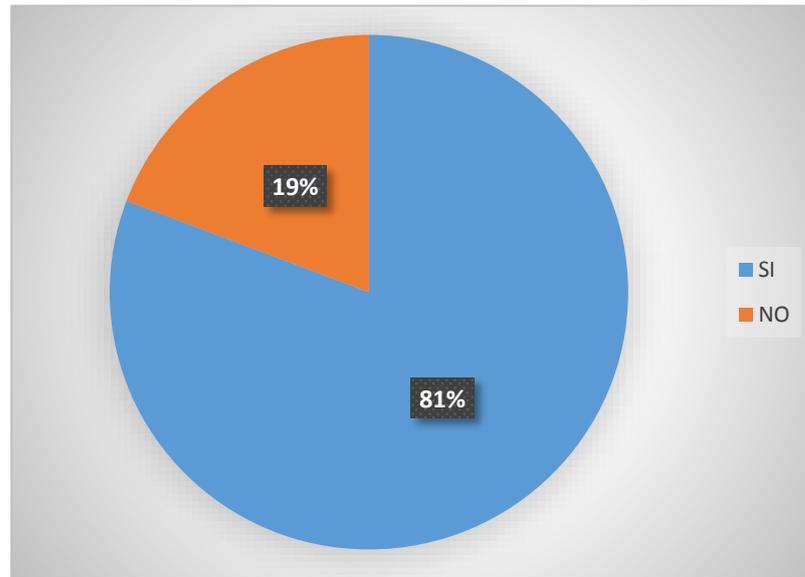


Figura 10: Pregunta cuatro / Ciudades a visitar

Análisis.- En la pregunta número cuatro se obtuvo como resultado que el 81% del grupo objetivo desea visitar Ambato en alguna ocasión, mientras que el 19% no lo tiene entre sus planes.

5.- Estaría dispuesto a invertir en unas vacaciones en Ambato?

Tabla 13: Pregunta cinco / Inversión para visitar Ambato.

Variable	Respuesta	Porcentaje%
Si	364	95 %
No	21	5 %
Total	385	100

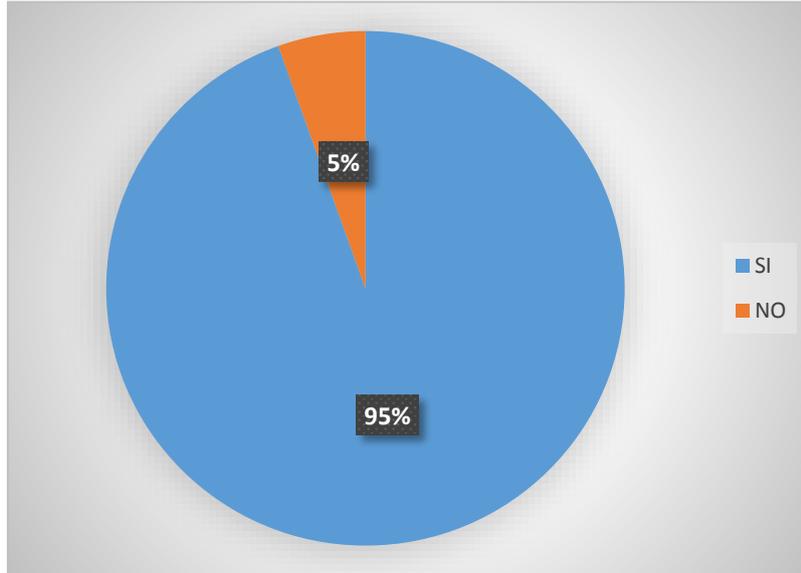


Figura 11: Pregunta cinco / Inversión para visitar Ambato.

Análisis.- En la pregunta número cinco se obtuvo como resultado que el 95% del grupo objetivo está dispuesto a invertir en unas vacaciones para viajar a Ambato, mientras que el 5% no lo haría.

6.- ¿Le gustaría conocer los sitios turísticos de Ambato?

Tabla 14: Pregunta seis / Sitios turísticos de Ambato.

Variable	Respuesta	Porcentaje%
Si	315	82 %
No	70	18 %
Total	385	100

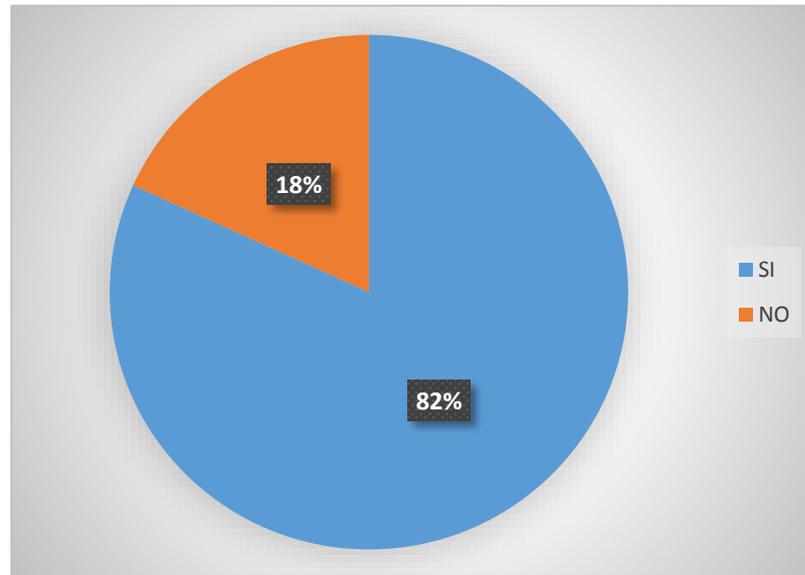


Figura 12: Pregunta seis / Sitios turísticos de Ambato.

Análisis.- En la pregunta número seis se obtuvo como resultado que el 82% del grupo objetivo desea conocer los sitios turísticos de Ambato, mientras que el 18% por ciento no lo tiene en mente.

7.- ¿Ha visto publicidad acerca de los sitios turísticos de Ambato?

Tabla 15: Pregunta siete / Publicidad acerca de Ambato.

Variable	Respuesta	Porcentaje%
Si	78	20 %
No	307	80 %
Total	385	100

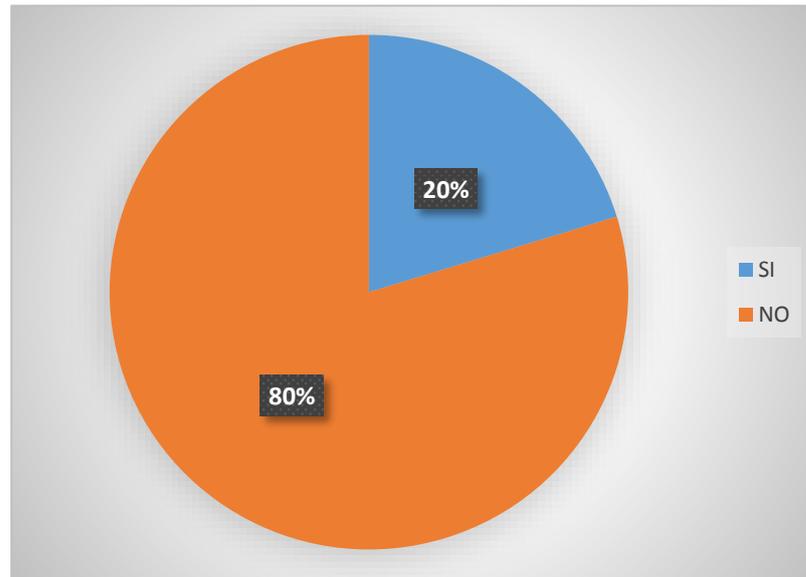


Figura 13: Pregunta siete / Publicidad acerca de Ambato.

Análisis.- En la pregunta número siete se obtuvo como resultado que el 80% del grupo objetivo no ha visto publicidad acerca de los sitios turísticos de Ambato, mientras que el 20% si ha visto publicidad acerca de ello.

8.- ¿Le parece que la difusión turística de Ambato es limitada?

Tabla 16: Pregunta ocho / Difusión turística de Ambato.

Variable	Respuesta	Porcentaje%
Si	284	74 %
No	101	26 %
Total	385	100

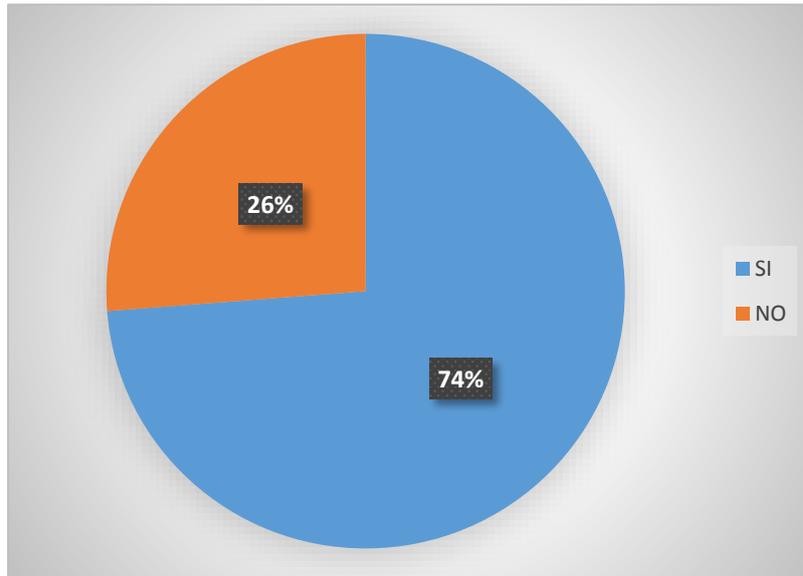


Figura 14: Pregunta ocho / Difusión turística de Ambato.

Análisis.- En la pregunta número ocho se obtuvo como resultado que el 74% del grupo objetivo piensa que la difusión turística de Ambato es limitada, mientras que el 26% no lo cree así.

9.- ¿Le gustaría que hubiese una guía turística sobre los sitios turísticos de Ambato?

Tabla 17: Pregunta nueve / Guía turística

Variable	Respuesta	Porcentaje%
Si	357	93 %
No	28	7 %
Total	385	100

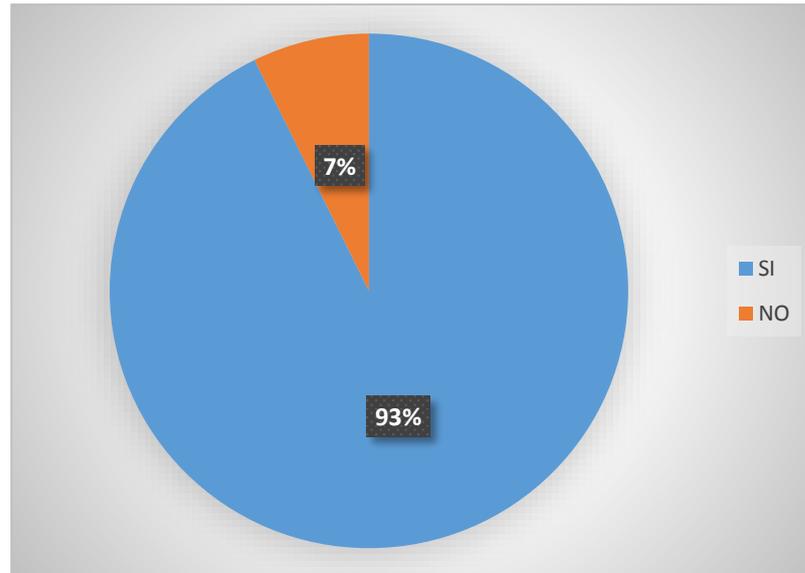


Figura 15: Pregunta nueve / Guía turística.

Analisis.- En la pregunta número nueve se obtuvo como resultado que el 93% del grupo objetivo le gusta la idea de una guía turística de los sitios turísticos de Ambato, mientras que el 7% no piensa que es una idea factible.

10.- ¿Le agradaría que hubiese un medio impreso que plasme las maravillas que alberga Ambato?

Tabla 18: Pregunta diez / Medio impreso de Ambato.

Variable	Respuesta	Porcentaje%
Si	315	82 %
No	70	18 %
Total	385	100

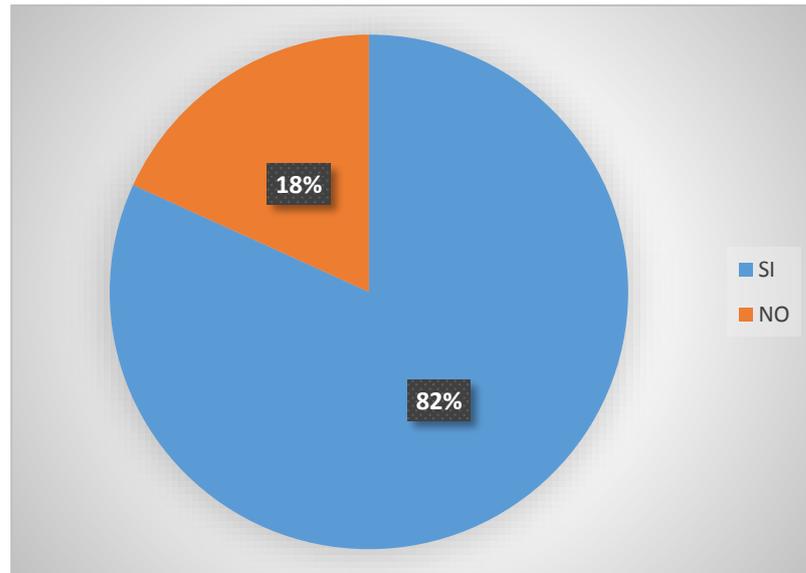


Figura 16 Pregunta diez / Medio impreso de Ambato.

Analisis.- En la pregunta número diez se obtuvo como resultado que el 82% del grupo objetivo si le gustaría que hubiese un medio impreso que plasme los sitios turísticos de Ambato, mientras que el 18% no piensa que sea necesario.

5.02.02.02. Observación

El método de observación utilizado para visualizar los sitios turísticos de Ambato y lo que tienen para ofrecer el grupo objetivo.

5.02.02.03. Análisis de la observación

Gracias al método de observación se pudo entender que Ambato y sus sitios turísticos deben ser plasmados y llevados al grupo objetivo pues albergan un inmenso potencial.

5.02.02.04. Fuentes bibliográficas

Se utilizó el internet como herramienta para investigar la historia de Ambato y sus diferentes características, las cuales, otorgaron información relevante para la realización del proyecto; además de usarse para investigar la población que tiene el lugar de residencia de grupo objetivo. Gracias al uso internet, encontrar fuentes y demás páginas en ayuda al proyecto fue posible.

5.04. Formulación del Proceso de Aplicación

5.04.01 Planificación

Propósito del proyecto

El propósito del proyecto es realizar un soporte impreso en el cual se plasmen las maravillas que alberga la ciudad de Ambato como lo son sus sitios turísticos y presentarlos con la ayuda de fotografías, maquetación y escritos los cuales están pensados en atraer la atención del grupo objetivo y que se enamoren de Ambato gracias a la escritura usada en el soporte; además de promocionar la revista gracias a la estrategia creativa y por ende promocionar a la ciudad estudiada y sus sitios turísticos y que estos no pasen desapercibidos.

Tipo de publicación

La publicación realizada es la de una revista turística.

Temática

La temática usada para la revista es turística pues está enfocada en presentar los sitios turísticos de la ciudad de Ambato.

Formato

El formato que se empleara es 23 cm de ancho x 30 cm de alto

Número de páginas

El número de páginas que tiene la revista es de 50 páginas.

5.04. Desarrollo

Mapa de contenidos

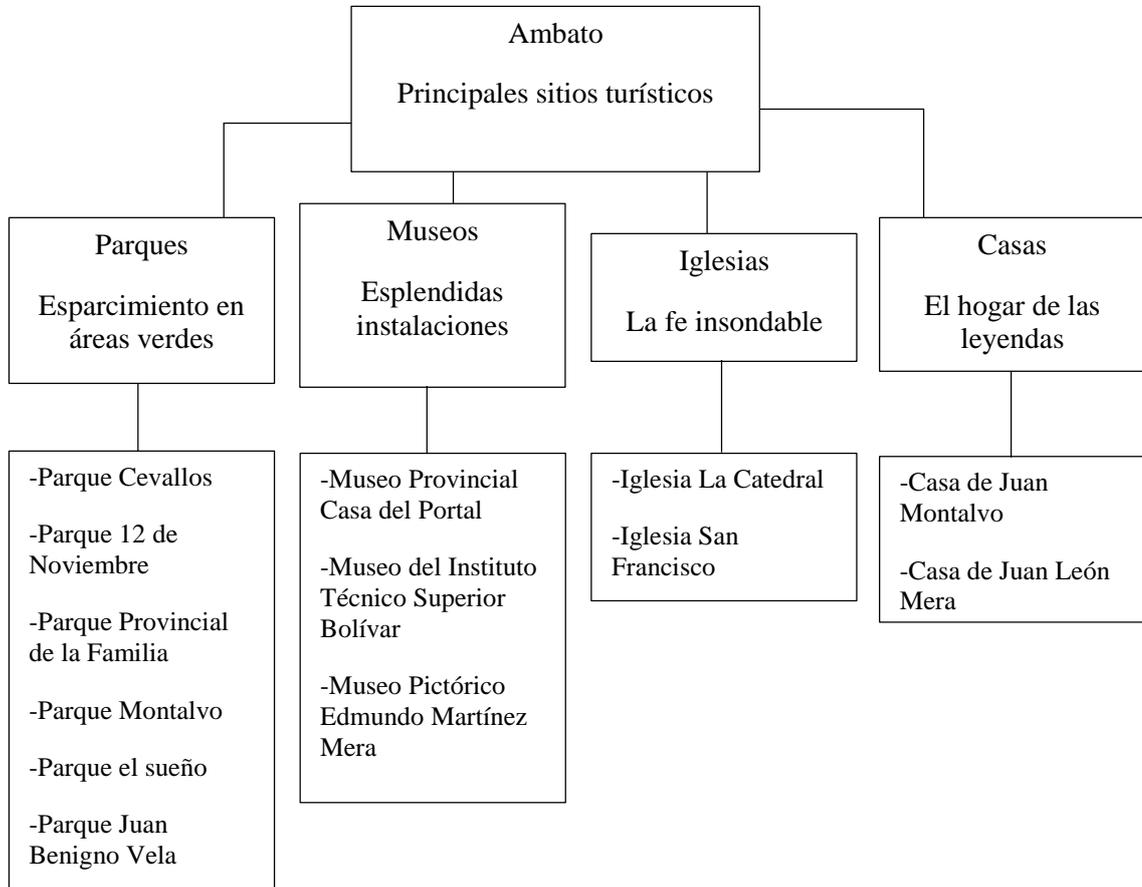


Figura 17 Mapa de contenidos

Estilos

Se utilizará un estilo formal colocando las fotografías y textos de manera sutil sin arreglos innecesarios para brindar un estilo fresco y elegante. En cuanto a la estrategia creativa se llevará a cabo una en la cual exista cierta formalidad con un aire dinámico.

Páginas master o retículas

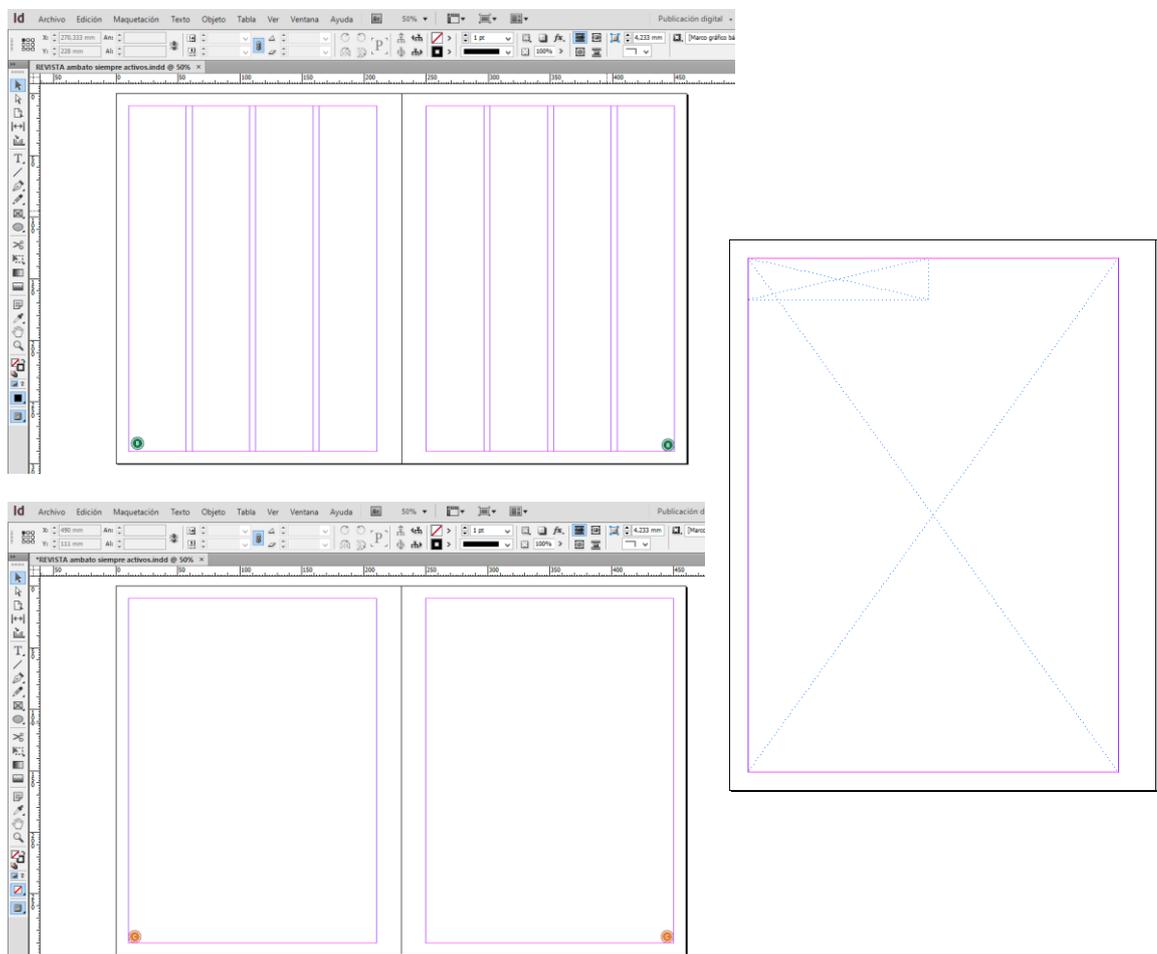


Figura 19: Páginas master

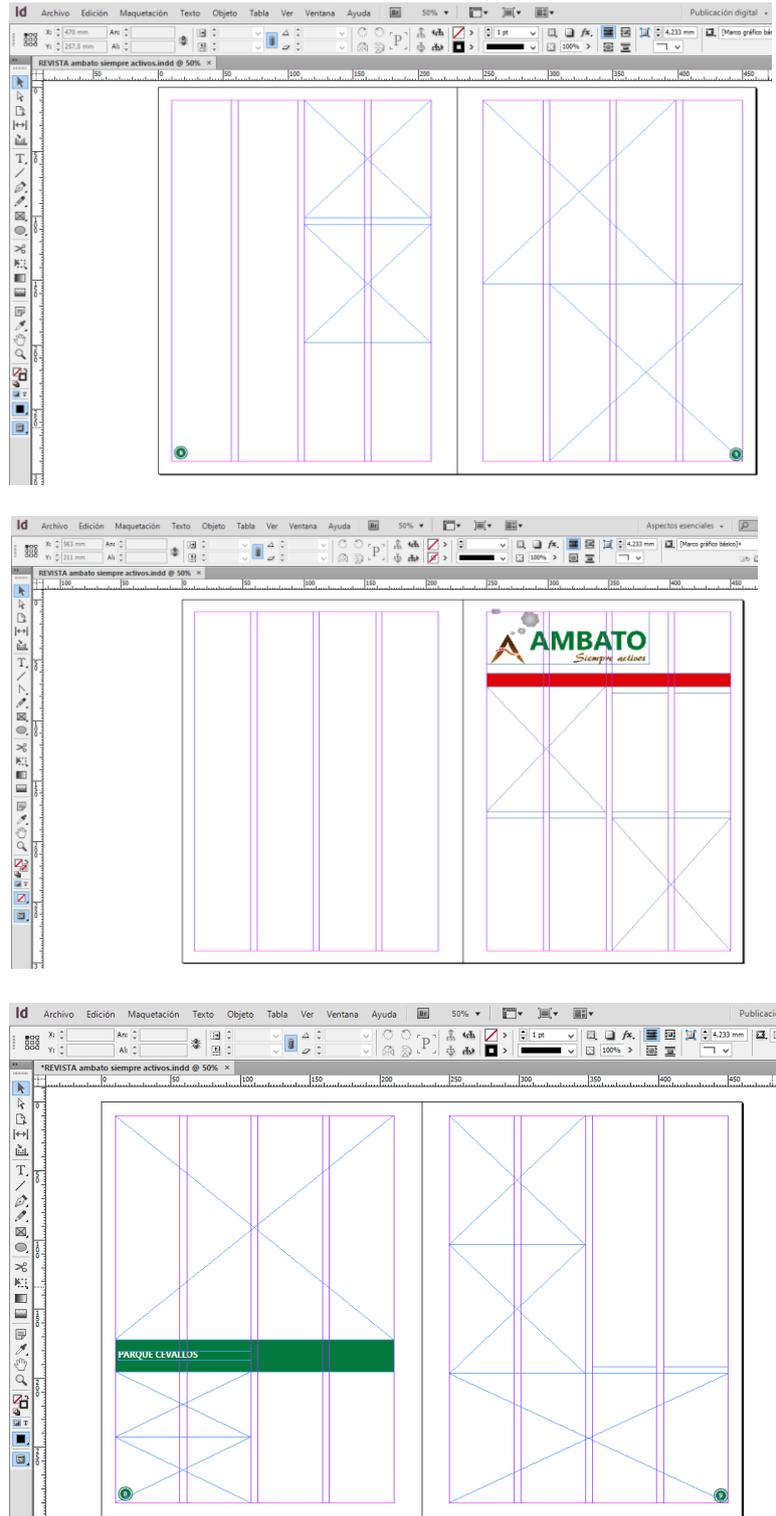


Figura 20: Paginas master

ELABORACIÓN DE UNA ESTRATEGIA CREATIVA PARA LA DIFUSIÓN EN EL NORTE DE QUITO DE UNA REVISTA ENFOCADA A LOS PRINCIPALES SITIOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE AMBATO.

Diagramación

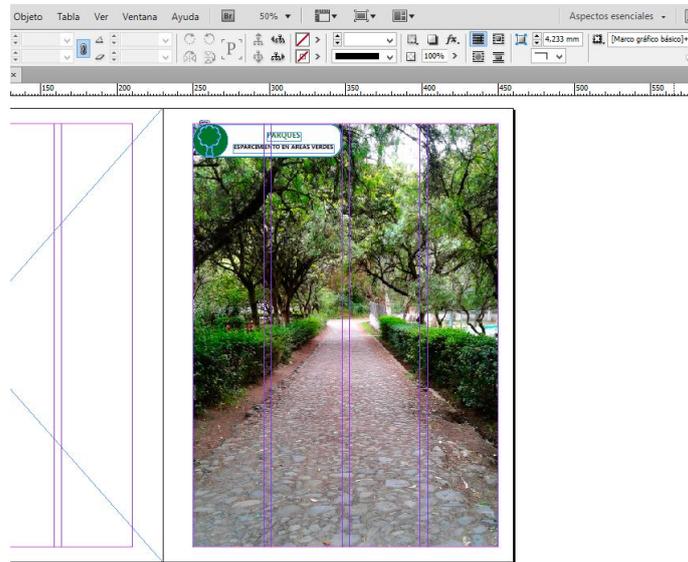


Figura 21: Diagramación del comienzo de una sección en la revista.

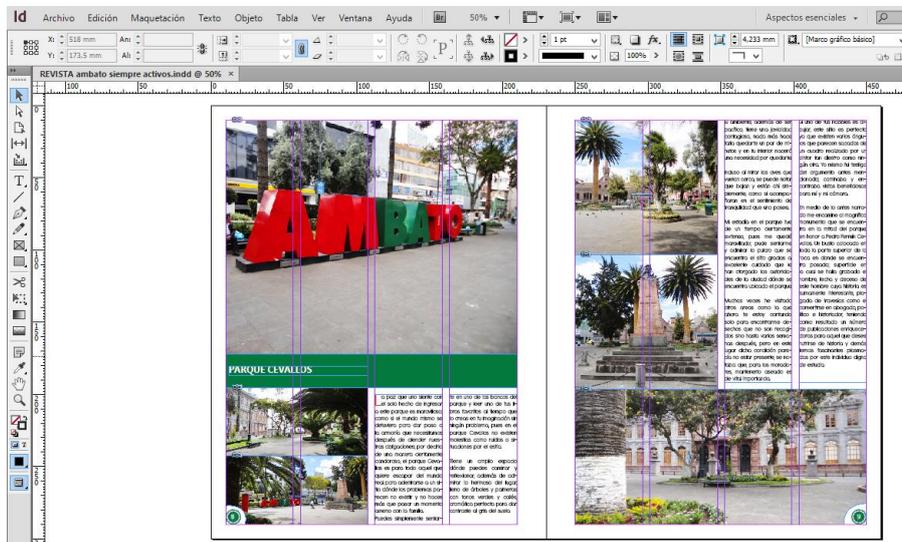


Figura 22: Diagramación de una de las páginas de la revista.

ELABORACIÓN DE UNA ESTRATEGIA CREATIVA PARA LA DIFUSIÓN EN EL NORTE DE QUITO DE UNA REVISTA ENFOCADA A LOS PRINCIPALES SITIOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE AMBATO.

Imagen corporativa



Figura 23: Grafimetría del identificador visual

La grafimetría se realizó con cuadrados perfectos para obtener como resultado una base con la cual se pueda usar el identificador sin alterarlo.

El tamaño del imagotipo es de 17 módulos de ancho x 6 módulos de alto.

Identificador visual

El nombre de la revista es “Ambato” el cual va junto con su slogan “Siempre activos”. El nombre es el título principal, nombre para identificar y presentar de manera clara a la ciudad; mientras que el slogan hace referencia al volcán que se encuentra en la ciudad estudiada, el cual está en constante actividad ayudando a mejorar la conexión entre el dinamismo y la formalidad de la revista y la estrategia creativa.

Full color



Figura 24: Imagotipo a full color

Escala de grises



Figura 25: Imagotipo a escala de grises

Positivo y negativo



Figura 26: Imagotipo en positivo y negativo

Modos de color

Cmyk

	C: 2% M: 68% Y: 100% K: 82%		C: 0% M: 0% Y: 0% K: 49%
	C: 0% M: 62% Y: 100% K: 24%		C: 0% M: 0% Y: 0% K: 27%
	C: 12% M: 100% Y: 100% K: 4%		C: 88% M: 28% Y: 100% K: 19%
	C: 8% M: 56% Y: 100% K: 3%		C: 33% M: 69% Y: 100% K: 43%

Figura 27: CMYK del identificador visual

Rgb

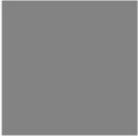
	R: 77 G: 35 B: 0		R: 131 G: 131 B: 131
	R: 193 G: 100 B: 0		R: 186 G: 186 B: 186
	R: 203 G: 20 B: 23		R: 12 G: 115 B: 50
	R: 223 G: 128 B: 6		R: 122 G: 67 B: 17

Figura 28: RGB del identificador visual

Pantones

	PANTONE 4625 C		PANTONE 430 C
	PANTONE 153 C		PANTONE Cool Gray 4C
	PANTONE 183 C		PANTONE 356 C
	PANTONE 138 C		PANTONE 731 C

Figura 29: Pantones del identificador visual

Disposiciones correctas e incorrectas

Correcto



Figura 30: Disposiciones correctas del imago tipo.

Incorrecto



Figura 31: Disposiciones incorrectas del imago tipo.

Fondos correctos e incorrectos

Correctos



Figura 32: Fondos correctos

Incorrectos



Figura 33: Fondos incorrectos

Colores correctos



Figura 34: Colores correctos

Colores incorrectos



Figura 35: colores incorrectos

Aplicación de logotipo

P.O.P



Figura 36: Material P.O.P

Portada

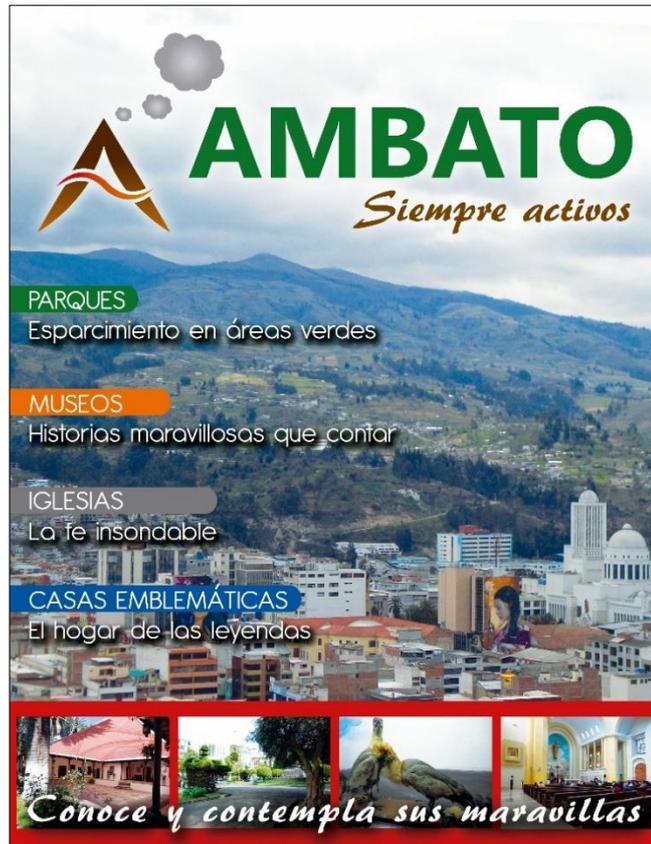


Figura 37: Portada

Maquetación



Figura 38: Maquetación

Pre prensa

El armado de la revista tendrá una forma determinada de ordenar las hojas y que la impresión sea continua con los debidos parámetros para que coincidan.

TIRO		RETIRO	
12	1	2	11
10	3	4	9
8	5	6	7

Figura 39: Pre prensa

Prensa



Figura 40: Prensa

Post prensa

El producto será impreso en hojas de material amigable con el medio ambiente, además de ser impreso a full color. Las portadas serán impresas en papel couche. El producto será encuadernado.

5.05. Marketing y distribución

Grupo objetivo

Género: Hombres/ Mujeres.

Edad: 20 a 60 años.

Nivel Socioeconómico: Nivel socioeconómico medio, medio alto y alto.

Ubicación: El producto se encuentra a nivel del Norte de Quito.

Ocupación: Estudiantes, trabajadores y amas de casa.

Estrategia creativa

Beneficio emocional: Admiración

Beneficio racional: Descubrimiento

Mensaje Básico: Descubre sus maravillas.

Tono: Indiferente.

Estilo: Semiformal

Insight: Cuando los veas, quedarás sorprendido.

Reason Why: La razón por la cual fue creada la revista es la de plasmar los bellos sitios que tiene Ambato; presentar al grupo objetivo las bondades de esta ciudad y sus sitios turísticos de manera que sientan una atracción por ellos y gran interés por visitarlos, mediante el uso de un medio impreso el cual se promocionará mediante el uso de una estrategia creativa.

Beneficios:

- Conocer los sitios turísticos que tiene Ambato.
- Costo de adquisición del producto al alcance del grupo objetivo.
- Atracción hacia los sitios turísticos por medio de las fotografías y textos de la revista.

Mensaje Básico: Lo que quiere destacarse es que, conocer los sitios turísticos de Ambato, puede sorprender a todas las personas.

Tono: El tono está dirigido en base al grupo objetivo, sin competir con otra revista turística.

Insight: Se destacó el insight en base al beneficio emocional.

Eje de campaña: Quedarás impresionado cuando los conozcas.

Slogan de campaña: Conoce y contempla sus maravillas.

Objetivos publicitarios:

Usos: Demostrar al grupo objetivo los usos y características del producto.

Medio: Stands / Displays publicitarios

Tabla 19: Estrategias / Usos y características del producto.

Estrategia	Responsable	Recursos	Resultados esperados
1. Colocar Stands en centros comerciales del Norte de Quito (Condado Shopping, Mall el Jardín, El Bosque) con información acerca de la revista y sus usos.	Responsable del proyecto	-Recursos humanos -Recursos económicos -Recursos tecnológicos -Recursos materiales	Ofrecer información sobre la revista al grupo objetivo.
2. Ubicar displays en centros comerciales del Norte de Quito (Condado Shopping, Mall el Jardín, El Bosque) demostrando las características del producto.	Responsable del proyecto	-Recursos humanos -Recursos económicos -Recursos tecnológicos -Recursos materiales	Otorgar un medio por el cual, el grupo objetivo, observe las características de la revista.

Tabla 20: Líneas de acción / Usos del producto / Estrategia 1

Líneas de acción	Recursos	Resultados
1. Identificar centros comerciales al Norte Quito (Condado Shopping, Mall el Jardín, El Bosque).	-Recursos humanos	Tener una idea clara de los centros comerciales dónde se colocarán los stands.
2. Determinar los lugares estratégicos dentro de los centros comerciales.	-Recursos humanos -Recursos económicos	Establecer los lugares adecuados en el que se encontrarán los stands.
3. Diseñar stands para situar en los lugares determinados.	-Recursos humanos -Recursos económicos -Recursos tecnológicos -Recursos materiales	Tener un diseño llamativo para los stands.
4. Contratar a las encargadas para atender los stands.	-Recursos humanos -Recursos económicos	Emplear personal adecuado para la atención del grupo objetivo.
5. Ubicar los stands en los puntos estratégicos dentro de los centros comerciales.	-Recursos humanos -Recursos económicos	Ofrecer información de los usos y características acerca de la revista al grupo objetivo.

Tabla 21: Líneas de acción / Características del producto / Estrategia 2

ELABORACIÓN DE UNA ESTRATEGIA CREATIVA PARA LA DIFUSIÓN EN EL NORTE DE QUITO DE UNA REVISTA ENFOCADA A LOS PRINCIPALES SITIOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE AMBATO.

Líneas de acción	Recursos	Resultados
1. Determinar los centros comerciales ubicados en el Norte Quito (Condado Shopping, Mall el Jardín, El Bosque).	-Recursos humanos	Disponer de los centros comerciales apropiados.
2. Establecer los sitios correctos para colocar los displays.	-Recursos humanos -Recursos económicos	Tener los lugares correctos dónde se colocarán los displays.
3. Diseñar los displays a colocar en los lugares establecidos.	-Recursos humanos -Recursos económicos -Recursos tecnológicos -Recursos materiales	Tener un diseño llamativo para los displays.
4. Situar los displays en los lugares establecidos dentro de los centros comerciales.	-Recursos humanos -Recursos económicos	Otorgar al grupo un medio por el que puedan observar las características de la revista.

Persuasión: Persuadir al grupo objetivo de adquirir la revista.

Medio: Autobuses / Roll up

Tabla 22: Estrategias / Persuasión del grupo objetivo

Estrategia	Responsable	Recursos	Resultados esperados
1. Situar publicidad para persuadir al grupo objetivo de adquirir el producto, en buses del Norte de Quito (Catar Marín Carcelén, Paquisha el Condado)	Responsable del proyecto	-Recursos humanos -Recursos económicos -Recursos tecnológicos -Recursos materiales	Persuadir al grupo objetivo de adquirir la revista por medios de la publicidad.
2. Colocar roll up con publicidad que persuade al grupo objetivo de adquirir el producto en centros comerciales del Norte de Quito (Condado Shopping, Mall el Jardín, El Bosque)	Responsable del proyecto	-Recursos humanos -Recursos económicos -Recursos tecnológicos -Recursos materiales	Atraer al grupo objetivo para que adquieran el producto con la ayuda del arte.

Tabla 23: Líneas de acción / Persuasión del grupo objetivo / Estrategia 1

ELABORACIÓN DE UNA ESTRATEGIA CREATIVA PARA LA DIFUSIÓN EN EL NORTE DE QUITO DE UNA REVISTA ENFOCADA A LOS PRINCIPALES SITIOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE AMBATO.

Líneas de acción	Recursos	Resultados
1. Determinar los autobuses apropiados en el Norte de Quito (Catar Marín Carcelén, Paquisha el Condado) para colocar la publicidad.	-Recursos humanos	Establecer los autobuses adecuados en el Norte de Quito, dónde se situará la publicidad acerca de la revista.
2. Contratar los espacios en los autobuses dónde se colocará la publicidad.	-Recursos humanos -Recursos económicos	Disponer de autobuses del Norte de Quito dónde se instalará la publicidad
3. Diseñar los artes a distribuir en los buses	-Recursos humanos -Recursos económicos -Recursos tecnológicos	Tener diseños llamativos para persuadir al grupo objetivo de adquirir el producto.
4. Colocar la publicidad en los buses.	-Recursos humanos -Recursos económicos -Recursos tecnológicos -Recursos materiales	Persuadir al grupo objetivo de adquirir la revista por medio de los artes colocados en los autobuses.

Tabla 24: Líneas de acción / Persuasión del grupo objetivo / Estrategia 1

Líneas de acción	Recursos	Resultados
1. Establecer los sitios dentro de los centros comerciales dónde colocar los roll up.	-Recursos humanos	Determinar los lugares apropiados para la colocación de los roll up.
2. Diseñar los artes a plasmar en los roll up.	-Recursos humanos -Recursos económicos -Recursos tecnológicos	Tener diseños llamativos para persuadir al grupo objetivo de adquirir el producto.
3. Armar los roll up con los artes diseñados.	-Recursos humanos -Recursos económicos -Recursos materiales	Disponer de los roll up listos para su respectiva colocación en los sitios propuestos.
4. Colocar los roll ups en los puntos establecidos.	-Recursos humanos -Recursos económicos -Recursos tecnológicos -Recursos materiales	Persuadir al grupo objetivo de adquirir la revista por medio de los artes colocados en los autobuses

Posicionamiento: Posicionar la imagen del producto en la mente del consumidor.

ELABORACIÓN DE UNA ESTRATEGIA CREATIVA PARA LA DIFUSIÓN EN EL NORTE DE QUITO DE UNA REVISTA ENFOCADA A LOS PRINCIPALES SITIOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE AMBATO.

Medio: BTL

Tabla 25: Estrategia / Posicionamiento

Estrategia	Responsable	Recursos	Resultados esperados
Colocar BTL en centros comerciales del Norte de Quito (Condado Shopping, Mall el Jardín, El Bosque) con la imagen del producto.	Responsable del proyecto	-Recursos humanos -Recursos económicos -Recursos tecnológicos -Recursos materiales	Posicionar la imagen de la revista en la mente del consumidor por medio de los BTL.

Tabla 26: Líneas de acción / Estrategia / Posicionamiento

Líneas de acción	Recursos	Resultados
1. Identificar los centros comerciales al Norte de Quito (Condado Shopping, Mall el Jardín, El Bosque).	-Recursos humanos	Tener establecidos los centros comerciales al Norte de Quito dónde se colocarán los stands.
2. Establecer los lugares apropiados dónde colocar los BTL dentro de los centros comerciales.	-Recursos humanos -Recursos económicos	Determinar los lugares apropiados en el que se ubicarán los BTL.
3. Diseñar los BTL enfocados en mostrar la imagen del producto.	-Recursos humanos -Recursos económicos -Recursos tecnológicos -Recursos materiales	Disponer de diseños llamativos para los BTL que llamen la atención del grupo objetivo.
4. Instalar los BTL en los sitios determinados de los centros comerciales.	-Recursos humanos -Recursos económicos -Recursos tecnológicos -Recursos materiales	Posicionar la imagen del producto en la mente del consumidor.

Mantenimiento: Proponer información para recordar las características del producto.

Medio: Red social

Tabla 27: Estrategia / Mantenimiento

Estrategia	Responsable	Recursos	Resultados esperados
Realizar publicaciones para promocionarlas en Facebook con el objetivo de recordar al grupo objetivo las características del producto.	Responsable del proyecto.	-Recursos humanos -Recursos económicos -Recursos tecnológicos	Mantener las características del producto en la mente del consumidor por medio de las publicaciones en la red social.

Tabla 28: Líneas de acción / Estrategia / Mantenimiento

Líneas de acción	Recursos	Resultados
1. Crear un fan page dónde se pasarán a colocar las publicaciones.	-Recursos humanos -Recursos económicos	Disponer de una red social dónde colocar la publicidad acerca del producto.
2. Diseñar los artes para recordar las características del producto.	-Recursos humanos -Recursos económicos -Recursos tecnológicos	Tener un diseño llamativo que recuerde las características de la revista.
3. Contratar a un administrador para la red social.	-Recursos humanos -Recursos económicos	Tener a una persona preparada para una administración eficiente de la página.
4. Publicar los distintos artes en la Red Social.	-Recursos humanos -Recursos económicos -Recursos tecnológicos	Recordar al grupo objetivo las características del producto.

Presupuesto

Usos / Medio: Stands / Displays publicitarios

Tabla 29: Presupuesto Stands / Displays publicitarios

Detalle	Valor unitario	Cantidad	Inversión
2 Stands en 3 centros comerciales	\$ 160	6	\$ 960
Contratación de personal para atender los stands / 1 mes.	\$ 375	6	\$ 2.250
2 Displays en 3 centros comerciales	\$ 100	6	\$ 600
Total			\$ 3.810

Persuasión / Medio: Publicidad móvil / publicidad alternativa

Tabla 30: Presupuesto / Publicidad móvil / alternativa

Detalle	Valor unitario	Cantidad	Inversión
8 buses / ubicación lateral / 1 mes	\$ 200	8	\$ 1.600
8 buses / ubicación posterior / 1 mes	\$ 150	8	\$ 1.200
Total			\$ 2.800

Detalle	Valor unitario	Cantidad	Inversión
2 Roll up en 3 centros comerciales	\$ 45	6	\$ 270
Total			\$ 270

Posicionamiento / Medio: BTL

Tabla 31: Presupuesto / BTL

Detalle	Valor unitario	Cantidad	Inversión
Costo e instalación del BTL / 1 por cada centro comercial	\$ 150	3	\$ 450
TOTAL			\$ 450

Mantenimiento: Medio: Red social

Tabla 32: Presupuesto / Publicaciones en Facebook

ELABORACIÓN DE UNA ESTRATEGIA CREATIVA PARA LA DIFUSIÓN EN EL NORTE DE QUITO DE UNA REVISTA ENFOCADA A LOS PRINCIPALES SITIOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE AMBATO.

Detalle	Valor unitario	Alcance estimado de personas	Cantidad	Total meses	Inversión
8 Publicaciones en Facebook / 2 meses	\$ 10	7700 a 20 000 personas por publicación	8 publicaciones	2 meses	\$ 80
Administrador de Red social	\$ 375			2 meses	750
			Total		\$ 830

FLOW CHART

Tabla 33: Flow chart

MEDIO	SOPORTE	INVERSIÓN SOPORTE
Medio alternativo	Stands / displays / promotoras	\$ 3.810
Publicidad móvil	Buses	\$ 2.800
Medio alternativo	Roll up	\$ 270
Medio alternativo	BTL	\$ 450
Red social	Facebook	\$ 830
PAUTAJE DE MEDIOS		\$ 8.160
PRODUCCIÓN		\$ 1000
PAUTAJE DE MEDIOS + PRODUCCIÓN		\$ 9.160
10% IMPREVISTOS		\$ 916
TOTAL DE CAMPAÑA		\$ 10.076

Artes

Usos / Medio: Stand / Display publicitario



Figura 41: Stand / Display publicitario

ELABORACIÓN DE UNA ESTRATEGIA CREATIVA PARA LA DIFUSIÓN EN EL NORTE DE QUITO DE UNA REVISTA ENFOCADA A LOS PRINCIPALES SITIOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE AMBATO.

Persuasión / Medio: Publicidad móvil / Roll up



ELABORACIÓN DE UNA ESTRATEGIA CREATIVA PARA LA DIFUSIÓN EN EL NORTE DE QUITO DE UNA REVISTA ENFOCADA A LOS PRINCIPALES SITIOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE AMBATO.



Figura 42: Publicidad Móvil / Roll up

ELABORACIÓN DE UNA ESTRATEGIA CREATIVA PARA LA DIFUSIÓN EN EL NORTE DE QUITO DE UNA REVISTA ENFOCADA A LOS PRINCIPALES SITIOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE AMBATO.

Posicionamiento / Medio: BTL

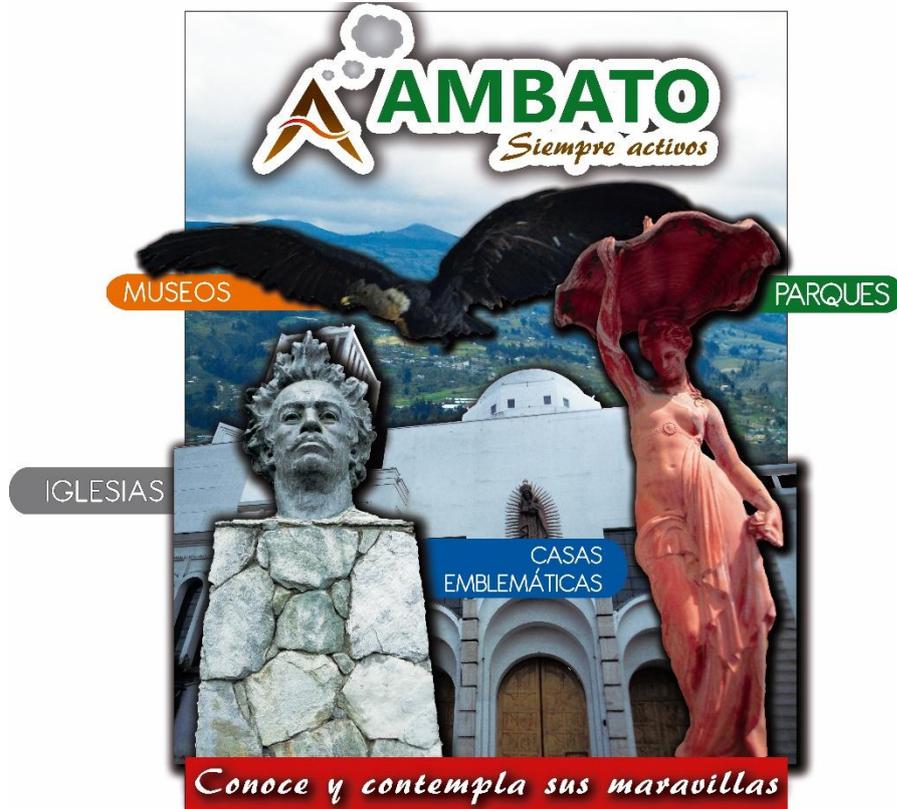


Figura 43: BTL

Mantenimiento: Medio: Red social / Facebook



ELABORACIÓN DE UNA ESTRATEGIA CREATIVA PARA LA DIFUSIÓN EN EL NORTE DE QUITO DE UNA REVISTA ENFOCADA A LOS PRINCIPALES SITIOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE AMBATO.

Página Mensajes Notificaciones Estadísticas Herramientas de publicación Configuración Ayuda

Me gusta Seguir Compartir

Me gusta Comentar Compartir

Ambato" Siempre activos. 42 min

La #revista #AmbatoSiempreActivos tiene plasmadas muchas de las #razones por las cuales #visitar esta #hermosa #ciudad.

Hay grandes razones por las cuales visitar **AMBATO** en esta **REVISTA** encontrarás muchas de ellas.

Producto/servicio

Español (España) · Español · English (US) · Italiano · Português (Brasil)

Privacidad · Condiciones · Publicidad · Gestión de anuncios · Cookies · Más · Facebook © 2017

Ambato" Siempre activos.

Inicio

Publicaciones

Opiniones

Ver más

Promocionar

Administrar promociones

Página Mensajes Notificaciones Estadísticas Herramientas de publicación Configuración Ayuda

Me gusta Seguir Compartir

Me gusta Comentar Compartir

Ambato" Siempre activos. 39 min

En #AmbatoSiempreActivos tenemos 4 #secciones repletas de #razones para #visitar #Ambato

4 SECCIONES una **REVISTA**, muchas de razones para conocer **AMBATO**.

Conoce y contempla sus maravillas

Producto/servicio

Español (España) · Español · English (US) · Italiano · Português (Brasil)

Privacidad · Condiciones · Publicidad · Gestión de anuncios · Cookies · Más · Facebook © 2017

Ambato" Siempre activos.

Inicio

Publicaciones

Opiniones

Ver más

Promocionar

Administrar promociones

Página Mensajes Notificaciones Estadísticas Herramientas de publicación Configuración Ayuda

Me gusta Seguir Compartir

Me gusta Comentar Compartir

Ambato" Siempre activos. 32 min

#Conoce y #contempla sus #maravillas a través de las 4 #secciones que tiene #AmbatoSiempreActivos. #Parques, #museos, #iglesias, y #CasasEmblemáticas.

Conoce y contempla sus maravillas

PARQUES MUSEOS IGLESIAS CASAS EMBLEMÁTICAS

Producto/servicio

Español (España) · Español · English (US) · Italiano · Português (Brasil)

Privacidad · Condiciones · Publicidad · Gestión de anuncios · Cookies · Más · Facebook © 2017

Ambato" Siempre activos.

Inicio

Publicaciones

Opiniones

Ver más

Promocionar

Administrar promociones

ELABORACIÓN DE UNA ESTRATEGIA CREATIVA PARA LA DIFUSIÓN EN EL NORTE DE QUITO DE UNA REVISTA ENFOCADA A LOS PRINCIPALES SITIOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE AMBATO.

Página Mensajes Notificaciones Estadísticas Herramientas de publicación Configuración Ayuda ▾

Me gusta Seguir Compartir ...

Ambato" Siempre activos. 30 min · 🌐

#Parques, #museos, #iglesias y #CasasEmblemáticas.
#AmbatoSiempreActivos es la #revista #ideal para #conocer las #maravillas que tiene esta #hermosa #ciudad.



Conoce y contempla sus maravillas

+ Añadir un botón

Producto/servicio

Español (España) · Español · English (US) · Italiano · Português (Brasil) +

Privacidad · Condiciones · Publicidad · Gestión de anuncios ⓘ · Cookies · Más · Facebook © 2017

Página Mensajes Notificaciones Estadísticas Herramientas de publicación Configuración Ayuda ▾

Me gusta Seguir Compartir ...

Me gusta Comentar Compartir

Ambato" Siempre activos. 23 min · 🌐

En la sección #parques de #AmbatoSiempreActivos encontrarás la belleza sublime que la naturaleza tiene para ofrecer.



Conoce y contempla sus maravillas PARQUES

+ Añadir un botón

Producto/servicio

Español (España) · Español · English (US) · Italiano · Português (Brasil) +

Privacidad · Condiciones · Publicidad · Gestión de anuncios ⓘ · Cookies · Más · Facebook © 2017

Página Mensajes Notificaciones Estadísticas Herramientas de publicación Configuración Ayuda ▾

Me gusta Seguir Compartir ...

Publicaciones

Ambato" Siempre activos. 20 min · 🌐

#Espectaculares #museos con #fascinantes #datos. #Lée #AmbatoSiempreActivos y #admira lo #impresionante de estos #sitios.



Conoce y contempla sus maravillas MUSEOS

+ Añadir un botón

Producto/servicio

Español (España) · Español · English (US) · Italiano · Português (Brasil) +

Privacidad · Condiciones · Publicidad · Gestión de anuncios ⓘ · Cookies · Más · Facebook © 2017

ELABORACIÓN DE UNA ESTRATEGIA CREATIVA PARA LA DIFUSIÓN EN EL NORTE DE QUITO DE UNA REVISTA ENFOCADA A LOS PRINCIPALES SITIOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE AMBATO.



Figura 44: Publicaciones en la red social

CAPÍTULO VI

ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.01. Recursos

6.01.01. Tecnológico

Para la realización del soporte impreso y la estrategia creativa, fueron utilizados recursos tecnológicos para desarrollar la maquetación de la revista, la introducción de los textos y fotografías además de editar las mismas para hacerlas más llamativas; de igual manera el para uso para construir la estrategia creativa y otorgarle una línea gráfica apropiada.

6.01.02. Humano

Los recursos humanos estuvieron presentes en toda la realización del proyecto pues ello fue el causante de la obtención de todos los datos necesarios y relevantes para el proyecto, además de facilitar la recopilación de criterios para conocer las posibles falencias que tenía Ambato gracias a las encuestas realizadas.

6.01.03. Económico

El presupuesto fue un factor importante para la realización del proyecto pues con ello visitar los sitios turísticos fue posible, además de ayudar a que el investigador pudiese abrirse paso por la ciudad y sus sitios turísticos sin problema alguno. Los recursos económicos fueron necesarios pues con ello fue realizado el acabado de la revista y los diversos artes para su promoción.

6.02. Presupuesto

6.02.01. Gastos Operativos

Tabla 34: Gastos operativos / documento

	Valor		Financiación			
	Valor Unitario	Cantidad	Universidad	Empresa	Estudiante	Total
1. Bibliografía						
a) Internet.	0.50 hora	200 horas			x	\$ 100
2. Viajes y viáticos						
a) Transporte.	\$ 4	5			x	\$ 20
b) Viáticos.	\$10	5			x	\$50
3. Análisis y manejo de información						
a) Computador.	\$ 600	1			x	\$ 600
4. Documento final						
a) Impresión.	\$ 0.20	104			x	\$ 20.80
b) Empastes.	\$ 15	1			x	\$ 15
c) Cd	\$ 1	4			x	\$ 4

6.02.02 Aplicación del Proyecto

Tabla 35: Gastos operativos / producto

	Valor		Financiación			
	Valor unitario	Cantidad	Universidad	Empresa	Estudiante	Total
1. Bibliografía						
a) Internet.	0.50 hora	200 horas			x	\$ 50
2. Análisis y manejo de información						
a) Computador.	\$ 600	1			x	\$ 600
3. Documento final						
a) Impresión.	\$50	1			x	\$ 50
b) Soporte impreso	\$ 20	4			x	\$ 100
c) Stand	\$ 160	6			x	\$ 960
d) Promotras	\$ 375	6			x	\$ 2250
e) Display	\$ 100	6			x	\$ 600
f) P.O.P	\$ 10	4			x	\$ 40
g) Roll up	\$ 45	6			x	\$ 270
h) BTL	\$ 150	3			x	\$ 450
i) Publicaciones en red social.	\$ 10	8			x	\$ 80
j) Administrador de red social	\$ 375	1			x	\$ 750

6.03. Cronograma

Tabla 36: Cronograma

N.	Actividad	Resp.	Tiempo				Resultados Esperados	
			MES	SEMANA				
1	Antecedentes	Julio Yapo	Mayo		X		Entrega de información relevante.	
2	Análisis de Involucrados	Julio Yapo	Mayo			X	Escoger claramente las personas o instituciones involucradas en el proyecto.	
3	Problemas y Objetivos	Julio Yapo	Junio	X	X		Determinar cuáles son los problemas y objetivos.	
4	Análisis de Alternativas	Julio Yapo	Junio			X	X	Determinar las alternativas que se pueden encontrar en el proyecto.
5	La Propuesta	Julio Yapo	Julio	X	X			Presentar la planificación y consiguiente desarrollo de la revista turística.
6	Aspectos Administrativos	Julio Yapo	Agosto	X				Analizar los gastos y costos que tendrá el proyecto y el producto.
7	Conclusiones y Recomendaciones	Julio Yapo	Agosto	X				Colocar las conclusiones y recomendaciones respectivas acorde al proyecto y al producto.

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.01. Conclusiones

A continuación se presentan las conclusiones obtenidas en la realización del proyecto, y develando entonces si el proyecto alcanzó las expectativas propuestas cuando inició.

- Como resultado del proyecto, se obtuvo la información necesaria para comprender que Ambato y sus sitios turísticos necesitan de una mejor difusión y esto se conseguiría gracias a un estudio previo de su grupo objetivo, otorgando una necesidad que debía ser atendida.
- En cuanto la publicidad que se maneja en la ciudad estudiada y sus sitios turísticos, es ciertamente ambigua pero con potencial para ser explotada y llevada al interés de un determinado público; dicha causa fue la razón de encaminarse a explorar a Ambato y mostrar lo que contiene pues merece la pena.
- El turismo en Ambato escasea totalmente, pero tiene ciertos motivos por el cual las personas no se sienten atraídas hacia él.
- La ciudad tiene un mantenimiento aceptable de los sitios turísticos, pero la poca difusión de los mismos podría afectar a los ingresos que tiene en sus respectivos lugares de estadía, por lo que si lleva una correcta promoción podría resolver el problema antes de que se volviera palpable o irreversible.

- Gracias a las encuestas realizadas al grupo objetivo se pudo determinar que las personas que residen en el Norte de Quito, conocían acerca de Ambato pero la información que tenían sobre sus sitios turísticos era limitada.
- Ambato y sus lugares turísticos tienen un gran potencial que los residentes del Norte de Quito en gran parte no lo conocen pero que están dispuestos a invertir en un viaje al sitio por lo que la afluencia turística de Ambato podría mejorarse
- La parte turística se debía elevar y por ende se tomó como objetivo el elevar la afluencia de visitantes, lo que nos otorgó resultados satisfactorios pues solo con la encuesta se determinó que el deseo de visitar la ciudad de Ambato es de gran magnitud.
- Se obtuvo como resultado que Ambato es conocido pero lo que contiene como lo son sus parques, museos, iglesias y casas emblemáticas, son atractivos que pueden visitarlos un mayor número de visitantes, otorgando una razón por la cual realizar el proyecto y la realización de su parte impresa y publicitaria.
- Las impresiones que se tiene sobre la ciudad estudiada y sus sitios turísticos es bastante buena, pero no llega a una cantidad inmensa de público por lo que con el uso de la publicidad puede mejorarse la acogida la ciudad y sus atributos.
- El visitar Ambato fue interesante pues alberga un gran número de características que no hacen más que impresionar y el hecho de plasmarlo por medio del soporte impreso fue una aventura inolvidable y el describir lo que se vivió al estar en los sitios turísticos se convirtió en un deleite.

- El Norte de Quito conocía Ambato, pero faltaba una mejor difusión de ello para que el interés por parte del grupo objetivo aumente y no pase desapercibida pues no debería de suceder así.

7.02. Recomendaciones

A continuación, se presentarán las recomendaciones apropiadas que deben seguirse para el uso de soporte impreso.

- La revista contiene una serie de secciones (cuatro en total) las cuales ayudarán a guiarse a través del medio impreso. Dichas secciones están determinadas a presentar los sitios turísticos que existen en Ambato, de manera ordenada gracias a la identificación de los colores y su comprensión.
- Tener en cuenta que los escritos que se hallan en la revista fueron realizados por medio de la obtención de datos por medio de la observación y fueron plasmados en la revista, escribiéndolos a criterio del investigador; la recomendación es que a la revista no se le debe tomar como una guía exacta de los sitios, esperando medidas o cuestiones técnicas, pues en el medio impreso de maneja una tipo de parafraseo el cual toma como base el narrar lo vivido en los sitios turísticos desde un tipo de vista conocido como texto literario.
- La sugerencia general es, adquirir el medio impreso y dejarse maravillado por los sitios turísticos plasmados, además de su escritura, teniendo en cuenta que la realización de la maquetación será de manera sutil sin demasiados adornos pues la gracia de la revista es presentar a Ambato y convencer de visitarlo mediante el uso de la escritura y fotografías.

Bibliografía

- Arcos, D. (2006). *Monografias.com*. Recuperado el 14 de Febrero de 2017, de El Ecuador: <http://www.monografias.com/trabajos36/el-ecuador/el-ecuador.shtml>
- Bender. (2017). *Wix*. Recuperado el 14 de abril de 2017, de La teoria del color: <http://www.vix.com/es/btg/curiosidades/2010/12/13/la-teoria-del-color>
- buenvivir*. (s.f.). Obtenido de www.buenvivir.gob.ec
- ecostravel*. (s.f.). Obtenido de www.ecostravel.com
- Ecostravel. (2014). *Ecostravel*. Recuperado el 12 de Junio de 2017, de Ambato Ecuador: <https://www.ecostravel.com/ecuador/ciudades-destinos/ambato.php>
- EcuRed. (2010). *EcuRed*. Recuperado el 24 de Abril de 2017, de Ambato Ecuador: [https://www.ecured.cu/Ambato_\(Ecuador\)](https://www.ecured.cu/Ambato_(Ecuador))
- googlemaps*. (s.f.). Obtenido de <https://www.google.com.ec/maps>
- INEC. (2010). *INEC*. Recuperado el 23 de Marzo de 2017, de poblacion y demografia: www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda
- Lucia. (Marzo de 2012). *BlogSpot*. Obtenido de Ambato: <http://luciaguevara.blogspot.com/p/situacion-geografica.html>
- Senplades. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Quito: Senplades.

Anexos

Anexo 1 Carta Aval

 Ministerio de Turismo

Quito, 26 de septiembre del 2017

Srs:
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

Por medio de la presente confirmo el aval de la información adjunta a este documento como válida para la promoción y difusión de los atractivos de la ciudad de Ambato, dicha información es apta para el desarrollo del proyecto **"ELABORACIÓN DE UNA ESTRATEGIA CREATIVA PARA LA DIFUSIÓN EN EL NORTE DE QUITO DE UNA REVISTA ENFOCADA A LOS PRINCIPALES SITIOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE AMBATO"** su aval fue solicitado mediante correo electrónico por el señor: Julio Alfonso Yapo Analuisa con CI: 1720794955.

La información fue analizada y evaluada por Alexander Boas, técnico de esta cartera de estado.


Alexander Fabián Boas
ANALISTA SENIOR DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL
MINISTERIO DE TURISMO



Elaborado por: Alexander Boas
Contacto: 1017
Área: Subsecretaría de Promoción
Áreas Consultadas: Dirección de Información y Medios Digitales

Calle Brindis E3 24 y Av. 19 de Agosto
Tel: (+593) 222 2344
www.turismo.gob.ec

ELABORACIÓN DE UNA ESTRATEGIA CREATIVA PARA LA DIFUSIÓN EN EL NORTE DE QUITO DE UNA REVISTA ENFOCADA A LOS PRINCIPALES SITIOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE AMBATO.

Anexo 2 Urkund



Urkund Analysis Result

Analysed Document: normas apa.pdf (D30341763)
Submitted: 2017-09-02 03:57:00
Submitted By: j.designer8@hotmail.com
Significance: 2 %

Sources included in the report:

Sara Lucia Sarango P.pdf (D30341491)
PORTAFOLIO 1ACONTA.docx (D25415613)
urkund_moposa_leonardo_diseño2016.docx (D19798203)
<http://www.monografias.com/trabajos36/el-ecuador/el-ecuador.shtml>
[http://turismoaccessible.ec/site/destination/region-sierra/tungurahua/san-juan-bautista-](http://turismoaccessible.ec/site/destination/region-sierra/tungurahua/san-juan-bautista)
<http://www.vix.com/es/btg/curiosidades/2010/12/13/la-teoria-del-color>

Instances where selected sources appear:

7

ENCUESTA - AMBATO

Encierre en un círculo su respuesta

1.- ¿Realiza sus vacaciones dentro de Ecuador?

Si No

2.- ¿Ha visitado alguna vez Ambato?

Si No

3.- ¿Ha recibido información acerca de Ambato?

Si No

4.- ¿Está Ambato entre las ciudades que usted desea visitar en alguna ocasión?

Si No

5.- Estaría dispuesto a invertir en unas vacaciones en Ambato?

Si No

6.- ¿Le gustaría conocer los sitios turísticos de Ambato?

Si No

7.- ¿Ha visto publicidad acerca de los sitios turísticos de Ambato?

Si No

8.- ¿Le parece que la difusión turística de Ambato es limitada?

Si No

9.- ¿Le gustaría que hubiese una guía turística sobre los sitios turísticos de Ambato?

Si No

10.- ¿Le agradecería que hubiese un medio impreso que plasme las maravillas que alberga Ambato?

Si No



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA
DISEÑO GRÁFICO

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los formatos establecidos en el proceso de Titulación, se AUTORIZA realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno **Yapo Analuisa Julio Alfonso**, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 21/11/2017
21 NOV 2017
Sra. Dilma Rodríguez
CAJA

Ing. Galo Cisneros
UNIDAD DE TITULACIÓN

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
21 NOV 2017
Magui Ordóñez
Lcda. Maira Torres
SECRETARIA GENERAL

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
21 NOV 2017
Ing. Samira Vialba
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES 824

BIBLIOTECA
INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"
Ing. William Parra
BIBLIOTECA

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
DIRECCIÓN DE CARRERA
Ing. Diego Guerrero
DIRECTOR DE CARRERA