



## CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UN FOTOLIBRO PARA DAR A CONOCER LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y TRADICIONALES DE LA PARROQUIA DE POSORJA UBICADO EN LA PROVINCIA DEL GUAYAS, CANTÓN GUAYAQUIL

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

Autor: Marlon Romero

Tutor: Lic. Gabriela Hurtado

Quito, 30 de Marzo de 2018

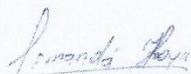


gráfico  
Cordillera

## ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

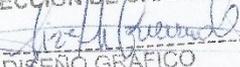
Quito, 23 de Noviembre de 2018

El equipo asesor del trabajo de Titulación de las Sr. (Srta.) **ROMERO GUAÑUNA MARLON XAVIER**, de la carrera de Diseño Gráfico, cuyo tema de investigación fue: **IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS 360 SOBRE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS QUE OFRECE LA PROVINCIA DE IMBABURA PARA FOMENTAR EL TURISMO NACIONAL Y EXTRANJERO**, una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.

  
Lcda. **Gabriela Hurtado**  
**Tutor – Revisor del Proyecto**

  
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
**"CORDILLERA"**  
CONSEJO DE CARRERA  
  
DISEÑO GRÁFICO  
Ing. **Raquel Andrade**  
**Delegado Unidad de Titulación**

  
Ing. **Alejandro Castillo**  
**Lector del Proyecto**

  
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
**"CORDILLERA"**  
DIRECCIÓN DE CARRERA  
DISEÑO GRÁFICO  
  
Ing. **Lizeth Guerrero**  
**Directora de Carrera**

**CAMPUS 1 - MATRIZ**

Av. de la Prensa N45-268 y  
Logroño  
Teléf.: 2265460 / 2269900  
instituto@cordillera.edu.ec  
www.cordillera.edu.ec  
Quito - Ecuador

**CAMPUS 2 - LOGROÑO**

Calle Logroño Oe 2-84 y  
Av. de la Prensa (esq.)  
Edif. Cordillera  
Teléf.: 2430443 / Fax:  
2433649

**CAMPUS 3 - BRACAMOROS**

Bracamoros N15-163  
y Yacuambi (esq.)  
Teléf.: 2262041

**CAMPUS 4 - BRASIL**

Av. Brasil N46-45 y  
Zamora  
Teléf.: 2246036

**CAMPUS 5 - YACUAMBI I**

Yacuambi  
Oe2-36 y  
Bracamoros.  
Teléf.: 2249994

**CAMPUS 6 - YACUAMBI II**

Yacuambi  
Oe1-122 y  
Bracamoros.  
Teléf.: 2249994

### DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

Yo Marlon Xavier Romero Guañuna declaro que el actual proyecto es auténtico,  
tomando en cuenta las citas correspondientes de las fuentes de información que existe  
en la misma



Marlon Xavier Romero Guañuna

C.I 1724726102

### LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Marlon Xavier Romero Guañuna portador de la cédula de ciudadanía signada con el No 1724726102 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 Diseño y Elaboración de un Fotolibro para dar a conocer los atractivos turísticos y tradicionales de la Parroquia de Posorja ubicado en la provincia del Guayas, cantón Guayaquil, con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA



NOMBRE

MARLON ROMERO

CÉDULA

1724726102

Quito, 30 de Marzo de 2018

## AGRADECIMIENTO

En primero lugar, agradezco a Dios quien por su gracia me es posible alcanzar una nueva meta en mi vida.

Doy gracias a mi madre y padre quienes me han apoyado en todo tiempo y han sido el motor fundamental para que no haya perdido la fe.

Agradezco a mi esposa e hijo quienes me han motivado en tiempos buenos y tiempos malos para alcanzar mi sueño.

## DEDICATORIA

Este proyecto y todo el esfuerzo aplicado en la misma se lo dedico a mi Madre quien sin duda ha estado brindándome su apoyo en los momentos más difíciles de mi vida y gracias a su amor es que he logrado levantarme y continuar.

## ÍNDICE GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE.....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iv
DEDICATORIA .....	v
ÍNDICE GENERAL .....	vi
ÍNDICE DE TABLAS .....	xi
RESUMEN EJECUTIVO.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
INTRODUCCIÓN .....	xvii
CAPÍTULO I .....	1
1. Antecedentes.....	1
1.01. Contexto.....	1
1.02. Justificación .....	3
1.03. Definición del problema central (Matriz T).....	5
CAPÍTULO II.....	6
2. Análisis de Involucrados.....	6
2.01. Mapeo de los Involucrados .....	6
2.02. Matriz de Análisis de Involucración.....	7

---

Tabla 2: Análisis de Involucrados .....	7
CAPÍTULO III.....	8
3. Problemas y Objetivos .....	8
3.01. Árbol de Problemas .....	8
3.02. Árbol de Objetivos.....	9
.....	9
CAPÍTULO IV .....	10
4. Análisis de Alternativas .....	10
4.01. Matriz de Análisis de Alternativas e Identificación de Acciones.....	10
4.01.01. Tamaño del Proyecto .....	11
4.01.02. Localización del Proyecto.....	13
4.01.03. Análisis Ambiental .....	14
4.02. Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos .....	15
4.03. Diagrama de Estrategias .....	16
4.04. Construcción de la Matriz de Marco Lógico .....	17
4.04.01. Revisión de los Criterios para Indicadores .....	17
4.04.02. Selección de Indicadores .....	20
4.04.03. Medios de Verificación.....	23

---

4.04.04 Supuestos .....	27
4.04.05. Matriz de Marco Lógico (MML) .....	29
CAPÍTULO V .....	33
5. La propuesta.....	33
5.01. Antecedentes de la herramienta y perfil de la propuesta .....	33
5.01.01. Marco teórico .....	34
5.01.01.01 Turismo .....	34
5.01.01.02 Turismo Comunitario.....	35
5.01.01.03 Puerto pesquero Posorja.....	36
5.01.01.04 Historia del Puerto Pesquero Posorja.....	36
5.01.01.05 Atractivos turísticos de Posorja .....	37
5.01.01.06 Gastronomía.....	39
5.01.01.07 Artesanías.....	40
5.01.01.08 Fotografía.....	40
5.01.01.09 Clases de fotografías .....	41
5.01.01.10 Retoque fotográfico .....	44
5.01.01.11 Diseño grafico.....	44
5.01.01.12 Diseño Editorial .....	44

---

5.01.01.13 Diagramación en Diseño grafico .....	45
5.01.01.14 Creación de logotipo .....	45
5.01.01.15 Clases de logos.....	46
Imagotipo .....	47
Isologo .....	47
Isotipo .....	47
5.01.01.16 Tipografía.....	47
5.01.01.17 Color .....	48
5.01.01.18 Libro.....	49
5.01.01.19 Fotolibro.....	50
5.01.01.20 Publicidad .....	50
5.02. Descripción de la herramienta .....	52
5.02.01. Metodología (Materiales y métodos) .....	52
5.02.02. Resultados .....	53
5.02.02.01. Encuesta .....	53
5.02.02.01.01. Modelo de encuesta .....	53
5.02.02.01.02. Tabulación de encuestas .....	55
5.03. Formulación del proceso de aplicación .....	62

---

5.03.01 Planificación .....	62
5.03.02 Propósito del Proyecto .....	63
5.03.03 Tipo de publicación .....	63
5.04. Desarrollo.....	64
5.04.01 Mapa de contenidos .....	64
.....	64
5.04.02 Índice de imágenes.....	66
5.04.03 Estilos.....	66
5.04.04 Imagen Corporativa .....	68
5.04.06 Maquetación.....	71
5.04.06 Pre- prensa .....	76
5.05 Marketing y distribución.....	77
CAPÍTULO VI .....	83
6. Aspectos Administrativos .....	83
6.01. Recursos.....	83
6.01.01. Técnicos – Tecnológico .....	83
6.01.02. Humano.....	83
6.01.03. Económico .....	83

6.02. Presupuesto .....	84
6.02.01 Gastos Operativos .....	84
6.02.02 Aplicación del Proyecto .....	85
6.03. Cronograma .....	87
CAPÍTULO VII.....	91
7. Conclusiones y Recomendaciones.....	91
7.01. Conclusiones.....	91
7.02. Recomendaciones .....	92
Bibliografía .....	94

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Análisis de las Fuerzas T .....	5
Tabla 2: Análisis de Involucrados .....	7
Tabla 3 Impacto de los Objetivos .....	15
Tabla 4: Revisión de los Criterios para Indicadores .....	17
Tabla 5: Selección de Indicadores .....	20
Tabla 6: Medios de Verificación .....	23
Tabla 7: Supuestos .....	27
Tabla 8: Matriz de Marco Lógico .....	29

Tabla 9: Pregunta uno .....	55
Tabla 10: Pregunta dos .....	56
Tabla 11: Pregunta tres .....	57
Tabla 12: Pregunta Cuatro .....	58
Tabla 13: Pregunta Cinco .....	59
Tabla 14: Pregunta seis .....	60
Tabla 15: Pregunta siete.....	61
Tabla 16: Marketing y distribución .....	78
Tabla 17 Gasto Operativo .....	84
Tabla 18 Aplicación del Proyecto.....	85
Tabla 19: Costo del producto.....	87
Tabla 20: Cronograma de actividades .....	88

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Mapeo de involucrados .....	6
Figura 2: Árbol de Problemas .....	8
Figura 3: Árbol de Objetivos .....	9
Figura 4: Matriz de Análisis de Alternativas e Identificación de Acciones .....	10
Figura 5: <i>Localización del Proyecto</i> .....	13
Figura 6: Pregunta uno.....	56
Figura 7: Pregunta dos .....	57
Figura 8: Pregunta tres .....	58

---

Figura 9: Pregunta cuatro.....	59
Figura 10: Pregunta cinco .....	60
Figura 11: Pregunta seis.....	61
Figura 12: Pregunta siete .....	62
Figura 13: Mapa de contenidos.....	64
Figura 21 Localidad .....	66
Figura 19 Artesanias .....	66
Figura 17 Turista.....	66
Figura 15 Barco artesanal .....	66
Figura 18 Museo .....	66
Figura 16 Monumentos legendarios .....	66
Figura 14 Vista panorámica.....	66
Figura 26 <i>Delfín</i> .....	67
Figura 27 Dinámicas tradicionales .....	67
Figura 25 Playa Delfin.....	67
Figura 24 Playa e Varedero .....	67
Figura 23 Micro empresas .....	67
Figura 22 Fiestas Parroquiales.....	67
Figura 28: <i>Colores</i> .....	68
Figura 29: <i>Colores</i> .....	68
Figura 30: <i>Logotipo Full color</i> .....	69
Figura 31: <i>Logotipo escala de grises</i> .....	69

---

Figura 32: <i>Positivo</i> .....	70
Figura 33: <i>Negativo</i> .....	70
Figura 34: <i>Portada y Contraportada</i> .....	71
Figura 35: Hoja de cortesía y Portadilla .....	71
Figura 36: Prólogo e Índice .....	72
Figura 37: Página legal y Contenido.....	73
Figura 38: pagina 6 y 7 del Fotolibro .....	73
Figura 39: Página 8y 9 del Fotolibro .....	74
Figura 40: Página 10 y 11 del Fotolibro .....	74
Figura 41: Página 12 y 13 del Fotolibro .....	75
Figura 42 Página 14 y 15 del fotolibro .....	75
Figura 43 Página 16 y 17 del Fotolibro .....	76
Figura 46: <i>Afiche</i> .....	79
Figura 47: <i>Flyer</i> .....	80
Figura 48: <i>Roll up</i> .....	81
Figura 49: <i>Posicionamiento</i> .....	82
Figura 51: <i>llavero</i> .....	82
Figura 50: <i>Esfero</i> .....	82

## RESUMEN EJECUTIVO

El problema percibido por el cual se realiza el presente proyecto, es la escasa información gráfica del turismo, sus atractivos turísticos y tradicionales del Puerto Pesquero Posorja. Dicho problema es importante debido a que se vuelve una oportunidad de crecimiento en el desarrollo turístico tanto en la Parroquia como en el Ecuador, si existiesen medios que difundan a través de artes gráficos el turismo en el sector.

La existencia de otros proyectos se ha enfocado en resaltar otros lugares más conocidos y de fácil acceso. Mediante el análisis del problema percibido, se pretende encontrar una solución que cambie la visión de los turistas. Es por ello que se pretende implementar un Fotolibro como medio para difundir mediante fotografías los atractivos propios del lugar

Mediante el presente proyecto se espera son que el fotolibro sea acogido por el turista, los pobladores de la Parroquia Posorja y que dicho producto cumpla y supla con las necesidades percibidas. Para que el proyecto sea factible se implica un proceso investigativo en el cual el investigador se encarga de recolectar información, tomar fotografías y presentarlo mediante un arte visual final conocido como Fotolibro.

---

## ABSTRACT

The perceived problem for which this project is carried out is the scarce graphic information of tourism and its tourist and traditional attractions of the Port Pescador Posorja, this problem is important because it becomes an opportunity for growth in tourism development both in the parish and in Ecuador if there were media that disseminate graphic art through tourism in the sector.

The existence of other projects has focused on highlighting other places that are better known and easier to reach and promote their tourism, boosting tourism in other places. Through the analysis of the perceived problem is to find a solution that changes the view of tourists is for that reason that it is tried to implement a Fotolibro like means to spread by means of photographs the own attractions of the place.

The results that we want to hope for are that the photobook is received by the tourist, the residents of Parroquia Posorja and that said product meets and meets the perceived needs.

---

## INTRODUCCIÓN

El actual proyecto es un medio por el cual se pretende plasmar información gráfica del Puerto Pesquero Posorja y de los atractivos turísticos y tradicionales que posee, con el fin de que los turistas se informen y conozcan dicha Parroquia.

La existencia de obstáculos en el desarrollo del proceso investigativo es la existencia de fuentes que no informan en su totalidad lo que se desea conocer sobre el Puerto Pesquero Posorja, es por ello que, al presentar un fotolibro como solución al problema percibido, se brindan oportunidades para el crecimiento y desarrollo del sector turístico. Por tanto la idea es recolectar información, tomar fotografías del sitio, diseñar el producto y las artes gráficas que promocionen el Fotolibro.

El proyecto está compuesto por los antecedentes, justificación. Matriz T, Mapeo de involucrados y su correspondiente análisis, seguido del árbol de problemas y árbol de objetivos, de los cuales, se analizan las causas, los efectos, los medios y los fines, que se presentan en el proyecto. En el análisis de alternativas se describen las acciones.

El tamaño del proyecto y su localización consisten en detallar el número de personas a encuestar y el lugar donde se realizará y aplicará. El análisis ambiental encamina al producto y su amistad con la naturaleza. En la matriz de análisis de impacto de objetivos se calificará el impacto que tiene cada uno de ellos.

La matriz de marco lógico consta de todas las tablas ya desarrolladas en el capítulo V y contiene la información de la propuesta, como los antecedentes de las herramientas, descripción y formulación del proceso.

---

Por último, el Capítulo VI y VII contienen los aspectos administrativos como recursos humanos, tecnológicos, financieros y operativos; conclusiones de proyecto y la recomendación del producto.

## CAPÍTULO I

### 1. Antecedentes

#### 1.01. Contexto

La República del Ecuador con su capital Quito, se encuentran ubicadas al noroccidente de Sudamérica, Ecuador está conformado por cuatro regiones naturales que son: costa, sierra, oriente y región insular. Su clima es muy variado debido a la ubicación de la cordillera de los Andes en el país. Cuenta con una población aproximada de más de 16 millones de ecuatorianos. Y el idioma o lengua oficial que posee es el castellano o español.

Ecuador es un país que se caracteriza por su amplia riqueza cultural debido a que este contiene cuatro regiones naturales únicas y diferenciables en el mundo. En cada una de ellas se puede ver reflejada la gran biodiversidad existente que hacen del Ecuador uno de los lugares más deseables y visitados por turistas nacionales y extranjeros, los cuales han sido un factor importante para el crecimiento del desarrollo turístico en el país. En la actualidad, el turismo en el país, ha tomado un papel importante debido a que esta ha sido aprovechada al máximo gracias a la riqueza natural y cultural que Ecuador posee. Con ella, han desarrollado herramientas que permiten el fortalecimiento del turismo de sectores como la gastronomía y artesanías que son distintas en cada región.

La región litoral o costa es uno de los sectores más visitados debido a la diversidad de playas que en ella se puede apreciar, siendo la principal opción del turista en un recorrido por las diferentes provincias de las que está conformada la región, ya que posee un clima tropical al norte y brinda un clima cálido al sur, esta se vuelve el lugar perfecto para aquellos que buscan descansar y disfrutar.

Los largos feriados y fines de semana son las fechas en las cuales el sector costero obtiene una gran demanda por parte de los turistas nacionales, siendo una de sus opciones de visita la provincia del Guayas con su capital Guayaquil debido a la diversidad de atractivos que el lugar ofrece a los visitantes. Ésta conformada por varios cantones y parroquias que permiten obtener experiencias inolvidables al visitar tan prestigioso y reconocido lugar.

El cantón de Guayaquil está conformada por cinco parroquias rurales que a pesar de su baja afluencia de turistas cuentan con cualidades y características atractivas poco conocidas, que con el pasar del tiempo ha ido surgiendo de manera positiva. Posorja es una de las parroquias rurales que actualmente se permite desenvolver el turismo de una manera más comunitaria, la cual consiste en presentar la forma de vida de los ciudadanos.

El maravilloso ecosistema que posee, ha permitido el surgimiento de Posorja ya que los comuneros han realizado un gran esfuerzo al mantener y preservar las riquezas naturales distintivos de la parroquia como su playa Varadero, un lugar paradisíaco que se complementa gracias a que cuenta con una gran infraestructura hotelera, el malecón

ubicado en este principal puerto pesquero que resalta específicamente pequeños y grandes barcos que embellecen de manera impresionante.

La gastronomía es uno de los fuertes que contribuyen en la manifestación del lugar, debido a la variedad de mariscos y su presentación en apetecibles platillos típicos propios del sector. Los parques, balnearios, puerto pesquero, amplia infraestructura hotelera, extensos ríos, y más son parte fundamental e importante de los variados atractivos que ofrece y se logra encontrar en el puerto pesquero Posorja.

Las diferentes actividades recreacionales que el turista puede realizar en el sitio durante su visita son: el surf, la observación de los delfines durante extensos recorridos marítimos, caminatas y viajes en lancha por los manglares que permiten contemplar las hermosas aves, las diferentes especies de peces, la visita a iglesias, clubes de atracción nocturna, el reconocido malecón, restaurantes, museos, plazas centros comerciales y, como parte tradicional del lugar, está la elección de la reina de la parroquia que se realiza cada año.

## **1.02. Justificación**

El proyecto a realizar tiene como finalidad presentar un fotolibro que logre plasmar los atractivos turísticos y tradicionales que posee el puerto pesquero Posorja, para ello se realizará el proceso de investigación del lugar, la visita del puerto para la obtención de las fotografías y previo a esto el diseño del fotolibro ya que en la actualidad no existen soportes gráficos que promocionen la parroquia como un sector turístico.

Mediante el fotolibro se pretende extender la información para dar a conocer el puerto pesquero Posorja logrando contribuir en el desarrollo del sector turístico y elevar las visitas de las maravillas que ahí se consagran. El impacto que se pretende alcanzar es alto ya que a pesar de que dicha parroquia manifiesta altos estándares que incursionan aún más el turismo, esta ha sido difícil de presentarla y de llegar más allá de quienes ya conocen y moran en el sector por la carencia de artes visuales.

El proyecto no solo dará a conocer la capacidad que se ha logrado obtener en la preparación estudiantil, sino que mediante ella, se procura fomentar las actividades turísticas de Posorja, dado que éste proporciona un sinnúmero de atractivos y actividades los cuales hasta la actualidad son poco conocidos y por ende desaprovechados siendo un impedimento para ser un lugar reconocido en provincias y regiones vecinas de las que está conformada el Ecuador e incluso a nivel internacional.

La mejor elección en la que se puede presentar tan fascinante lugar, sin duda es un libro fotográfico es una de las oportunidades más importantes que tiene el puerto pesquero Posorja, para lograr un gran impacto del lugar en los turistas nacionales, brindando grandes beneficios al sector como promocionar la misma. Con respecto al objetivo 9 del Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 Toda una Vida de Ecuador se refiere a “Garantizar la soberanía y la paz. y posicionar estratégicamente al país en la región y el mundo” (SENPLADES, s.f., pág. sp) que se refiere a crear y fortalecer diferentes vínculos entre ellos el turismo como parte del patrimonio natural y cultural

del Ecuador que genere grandes oportunidades.

### 1.03. Definición del problema central (Matriz T)

Tabla 1: Análisis de las Fuerzas T

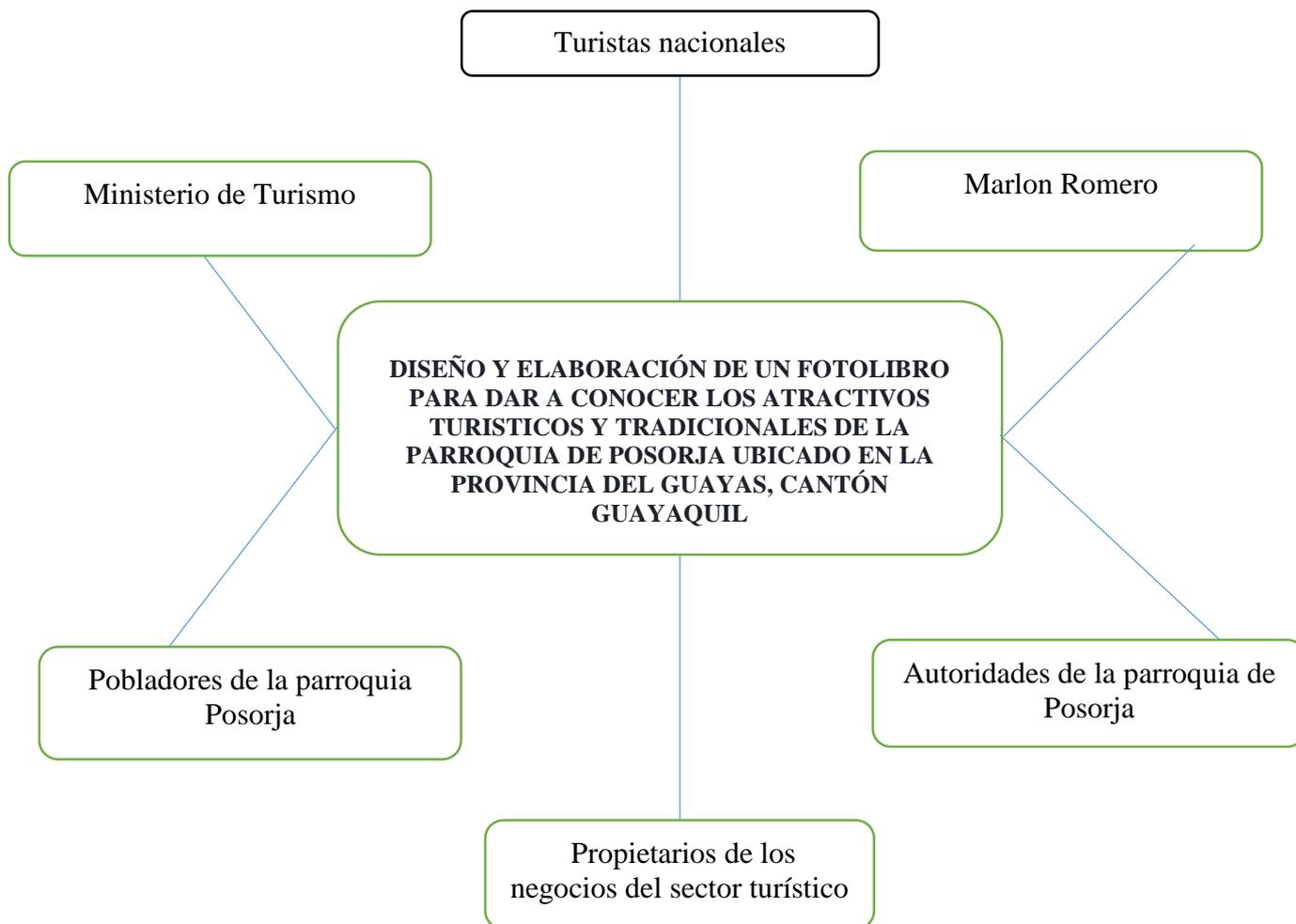
Análisis de las fuerzas T					
Situación Empeorada	Situación Actual				Situación mejorada
Desconocimiento de los encantos turísticos del lugar.	Limitada información turística del puerto pesquero Posorja				Ampliar la promoción turística del lugar.
Fuerza impulsadora	I	PC	I	PC	Fuerza bloqueadora
Motivación del turista en informarse sobre el puerto pesquero Posorja	4	5	3	3	Desinterés del turista en conocer el puerto pesquero Posorja
Contribución por parte del presidente de la junta parroquial de Posorja	4	5	3	2	Desmotivación por parte de las autoridades del Puerto pesquero Posorja
Información visual atractiva de los atractivos turísticos de Posorja	4	4	3	3	Limitada información de los atractivos turísticos de Posorja
Interés de los residentes en impulsar el turismo	4	5	3	2	Desinterés de los residentes en impulsar el turismo

Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna

## CAPÍTULO II

### 2. Análisis de Involucrados

#### 2.01. Mapeo de los Involucrados



*Figura 1: Mapeo de involucrados*

*Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna*

## 2.02. Matriz de Análisis de Involucración

Tabla 2: Análisis de Involucrados

Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna

Actores involucrados	Interés sobre el problema	Problemas Percibido	Recursos mandatos capacidades	Interés sobre el proyecto	Conflicto potencial
<b>Turistas Nacionales</b>	Adquirir información del lugar y sus atractivos turísticos	Limitados medios informativos	Sociales Información	Adquirir soportes gráficos de los atractivos turísticos y tradicionales del puerto pesquero Posorja	Insatisfacción de la información adquirida
<b>Investigador</b>	Proporcionar una solución grafica que incremente la información del puerto pesquero Posorja	Limitados recursos gráficos	Económicos Capacidad intelectual  Humano	Elaboración de un fotolibro sobre los atractivos turísticos y tradicionales del puerto pesquero Posorja	Insuficientes recursos económicos
<b>Autoridades de la parroquia de Posorja</b>	Impulsar el turismo en la parroquia	Estancamiento de la actividad turística en el lugar	Económicos Sociales Administrativa	Afluencia turística en la parroquia Posorja	Escaso apoyo al proyecto
<b>Propietarios de los negocios del sector turístico</b>	Mejorar la calidad de las actividades turísticas que demandan los visitantes	Bajas ventas	Económicos	Presencia de un alto nivel en la demanda del sector turístico	Desconocimiento del manejo de las actividades turísticas
<b>Pobladores de la parroquia Posorja</b>	Mejorar las condiciones de vida de los habitantes de Posorja	Perdida del potencial turístico que posee la parroquia	Humano Económicos Información Administrativo	Proporcionar material gráfico que promocióne la parroquia y sus atractivos turísticos	Nula aceptación del proyecto
<b>Ministerio de Turismo</b>	Impulsar el turismo nacional en la parroquia mediante un fotolibro	Desinterés en promocionar el fotolibro	Información	Destacar los atractivos	No cumplir con las expectativas

## CAPÍTULO III

### 3. Problemas y Objetivos

#### 3.01. Árbol de Problemas

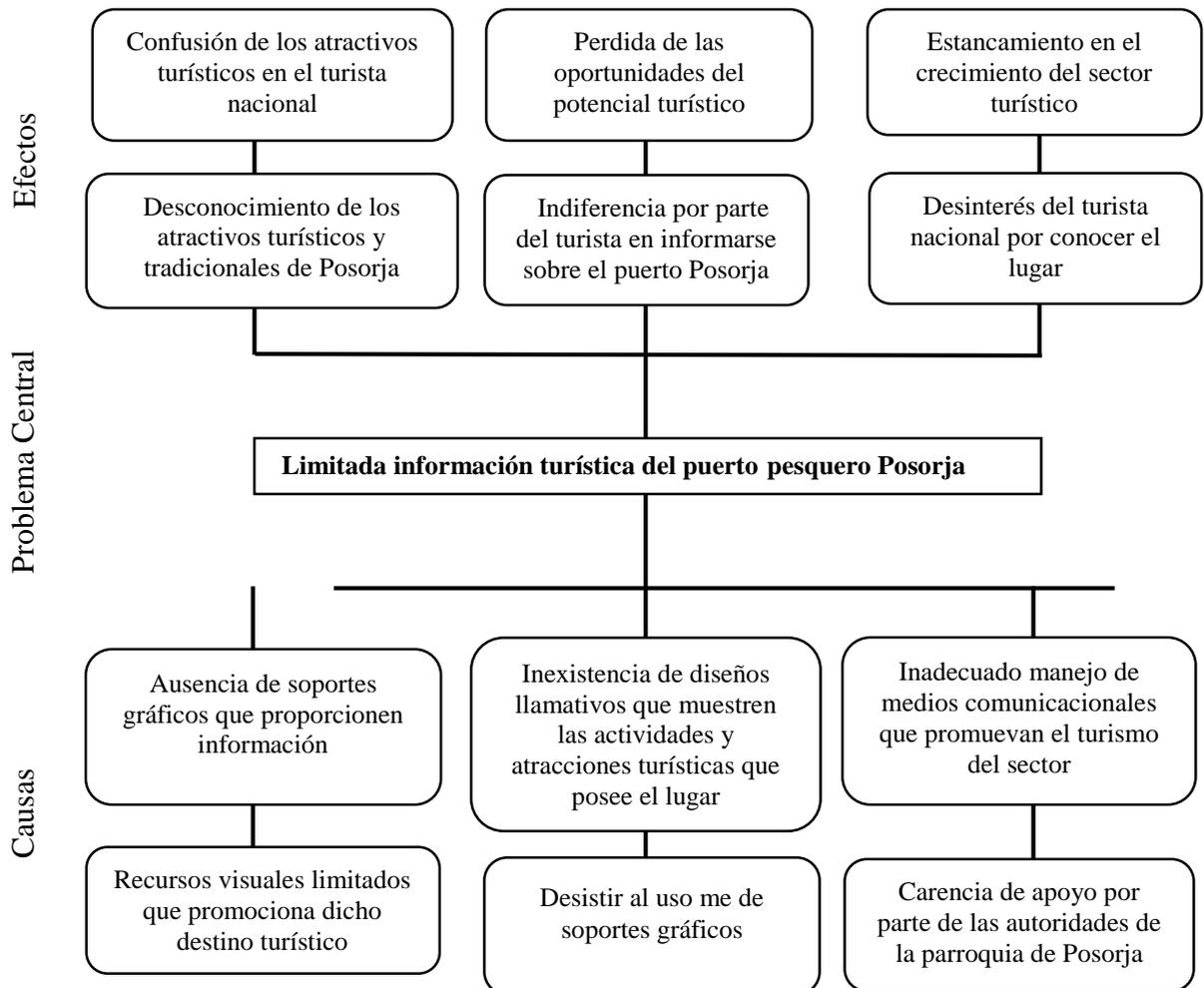


Figura 2: Árbol de Problemas

Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna

### 3.02. Árbol de Objetivos

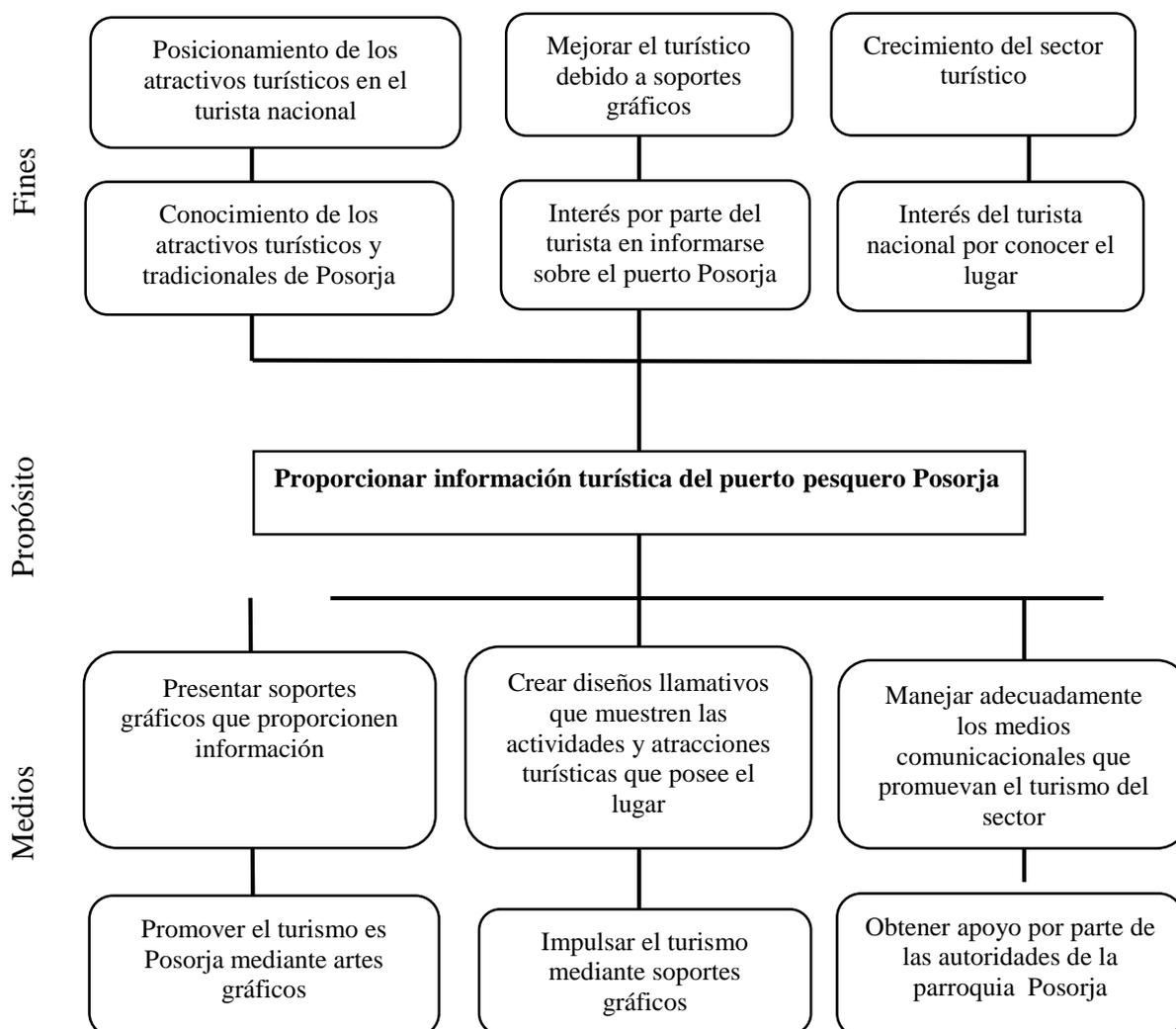


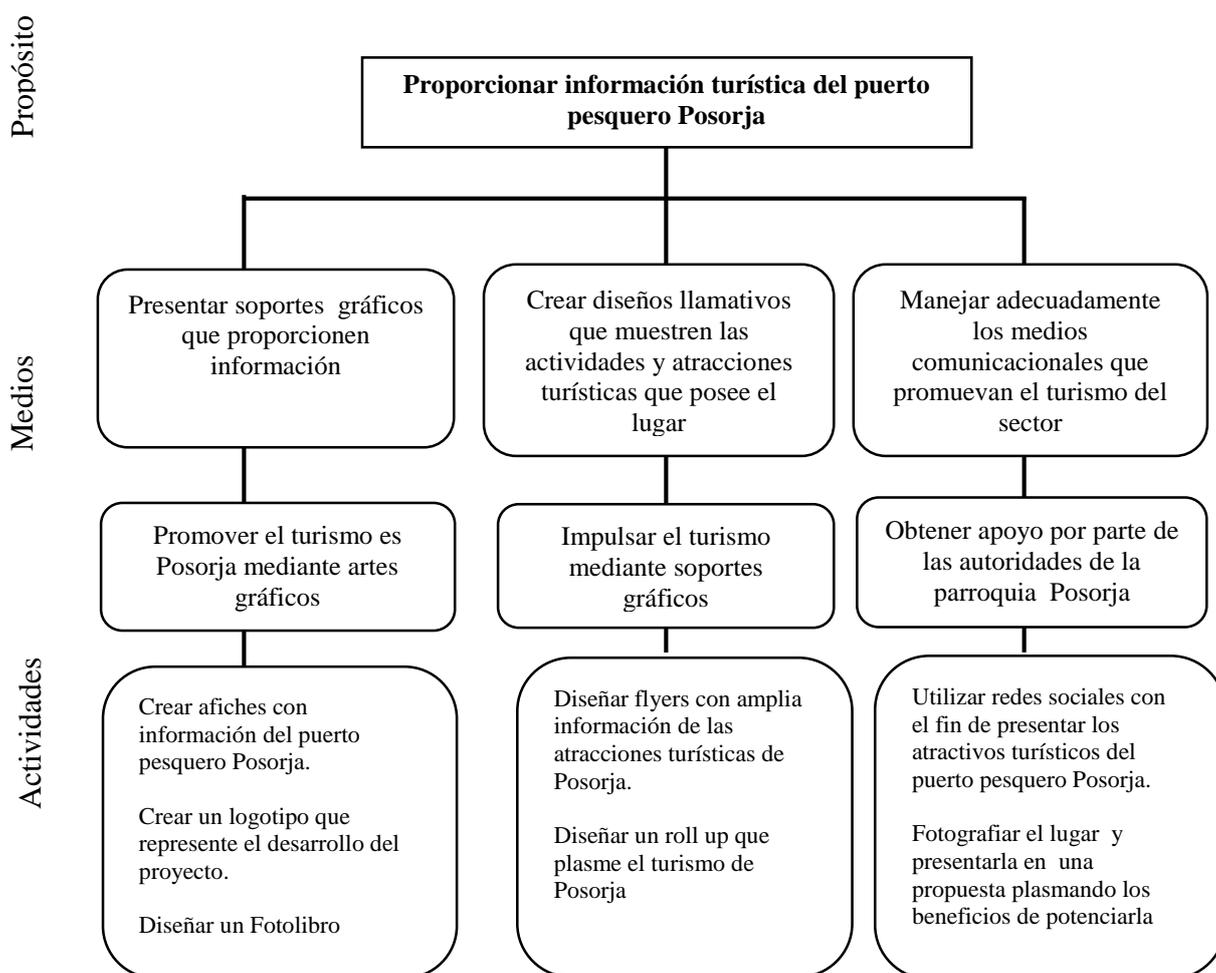
Figura 3: Árbol de Objetivos

Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna

## 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*

*Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna*

#### 4.01.01. Tamaño del Proyecto

El fotolibro de las atracciones turísticas y tradicionales del puerto pesquero Posorja se implementará en el Distrito Metropolitano de Quito con el fin de proporcionar a los turistas nacionales información de dicho lugar mediante un medio impreso.

##### Grupo Objetivo

- Turistas nacionales en la ciudad de Quito
- Mayores a 18 años de edad
- Masculino – femenino
- Nivel socio económico medio alto y alto

La ciudad de Quito según el (INEC, 2010). Comprende un total de 2.239.191 habitantes, la proyección de población según grupos de edad entre 15-19 años es de 263,636 siendo esta una población infinita.

##### Formula

N= Tamaño de muestra de habitantes

K= Nivel de confianza, teniendo una confianza de 1,95%

E= Error muestral deseado 5%

p= Población éxito, teniendo un éxito de 0,50%

q= Población fracaso, teniendo un margen de error del 0,50%

N= Valor población

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

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,50 \times 0,50 \times 263,636}{5 (263,636 -1) + 1,96^2 \times 0,50 \times 0,50}$$

$$n = \frac{9.250}{74.36} \quad N = 156$$

#### 4.01.02. Localización del Proyecto

El presente proyecto a desarrollar se realizará en el puerto pesquero Posorja, que se encuentra ubicada en la región litoral o costa en la provincia del Guayas con su capital Guayaquil, limita al norte con por la parroquia de El Morro, al este por el canal del Morro, al sur por el golfo de Guayaquil, y al oeste por el cantón General Villamil. La parroquia tiene una superficie total de 73.18 km<sup>2</sup>, una altitud media 16 msnm, con una latitud de 2.71667 y una longitud 80.2833.

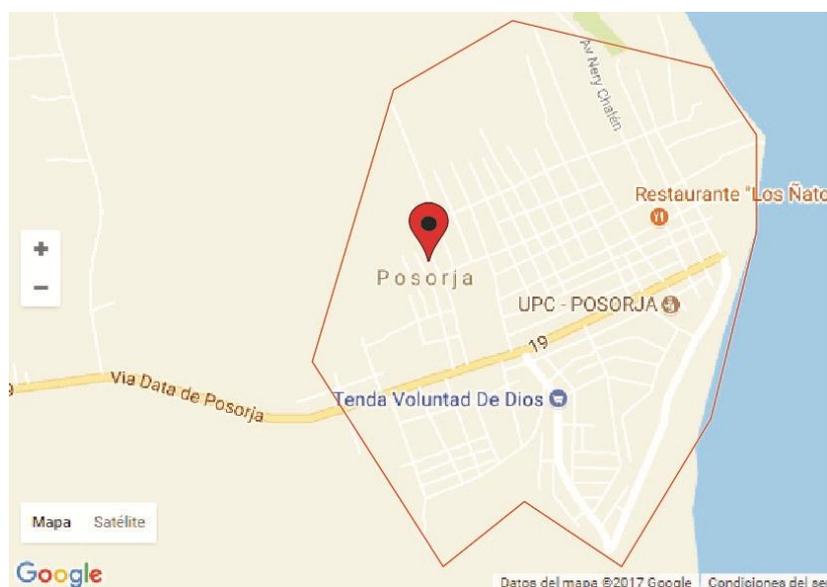


Figura 5: Localización del Proyecto

Fuente: <http://mapasamerica.dices.net/ecuador/mapa.php?nombre=Data&id=5177>

#### 4.01.03. Análisis Ambiental

El análisis ambiental nos permite determinar aspectos positivos y negativos que intervienen directamente con el desarrollo de nuestro proyecto, tomando en cuenta que en los últimos años para lograr obtener un producto de calidad se debe considerar en cuidado del entorno o medio ambiente en el que nos encontramos esto es lo que nos permite presentar un producto sostenible debido a que se vuelve una responsabilidad cuidar este bien público, así logramos evitar la destrucción y contaminación del entorno.

La existencia de factores negativos forman parte del proyecto debido a que necesariamente para obtener un acabado gráfico llamativo y único en el fotolibro, se recurrirá a materiales contaminables que no se sustituyen con otro tipo de material como por ejemplo las tintas de impresión. Incluso, la utilización de la energía eléctrica es un factor negativo en la elaboración del producto debido a que no se puede renovar.

Dentro de los aspectos positivos en la elaboración del fotolibro se toma en cuenta que este es un medio impreso que busca trabajar adecuadamente en el proceso de producción del producto utilizando materiales que se muestren amigables con el medio ambiente, para lo cual se trabajará con papel ecológico. El imprimir las fotografías directamente en un solo papel ayudará a disminuir la innecesaria utilización de papel fotográfico, El material para portada y empaque también nos permitirá disminuir daños al medio ambiente.

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

Tabla 3 Impacto de los Objetivos

Objetivos	Impacto sobre el Propósito	Factibilidad Técnica	Factibilidad Financiera	Factibilidad Social	Factibilidad Política	Total	Categoría
Presentar soportes gráficos que proporcionen información	5	5	3	4	5	22	Alta
Promover el turismo es Posorja mediante artes gráficos	5	5	3	4	4	21	Alta
Crear diseños llamativos que muestren las actividades y atracciones turísticas que posee el lugar	5	4	3	4	5	20	Alta
Impulsar el turismo mediante soportes gráficos	5	4	3	5	4	20	Alta
Manejar adecuadamente los medios comunicacionales que promuevan el turismo del sector	5	5	3	5	4	22	Alta
Obtener apoyo por parte de las autoridades de la parroquia Posorja	5	4	3	5	4	21	Alta

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

Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna

#### 4.03. Diagrama de Estrategias

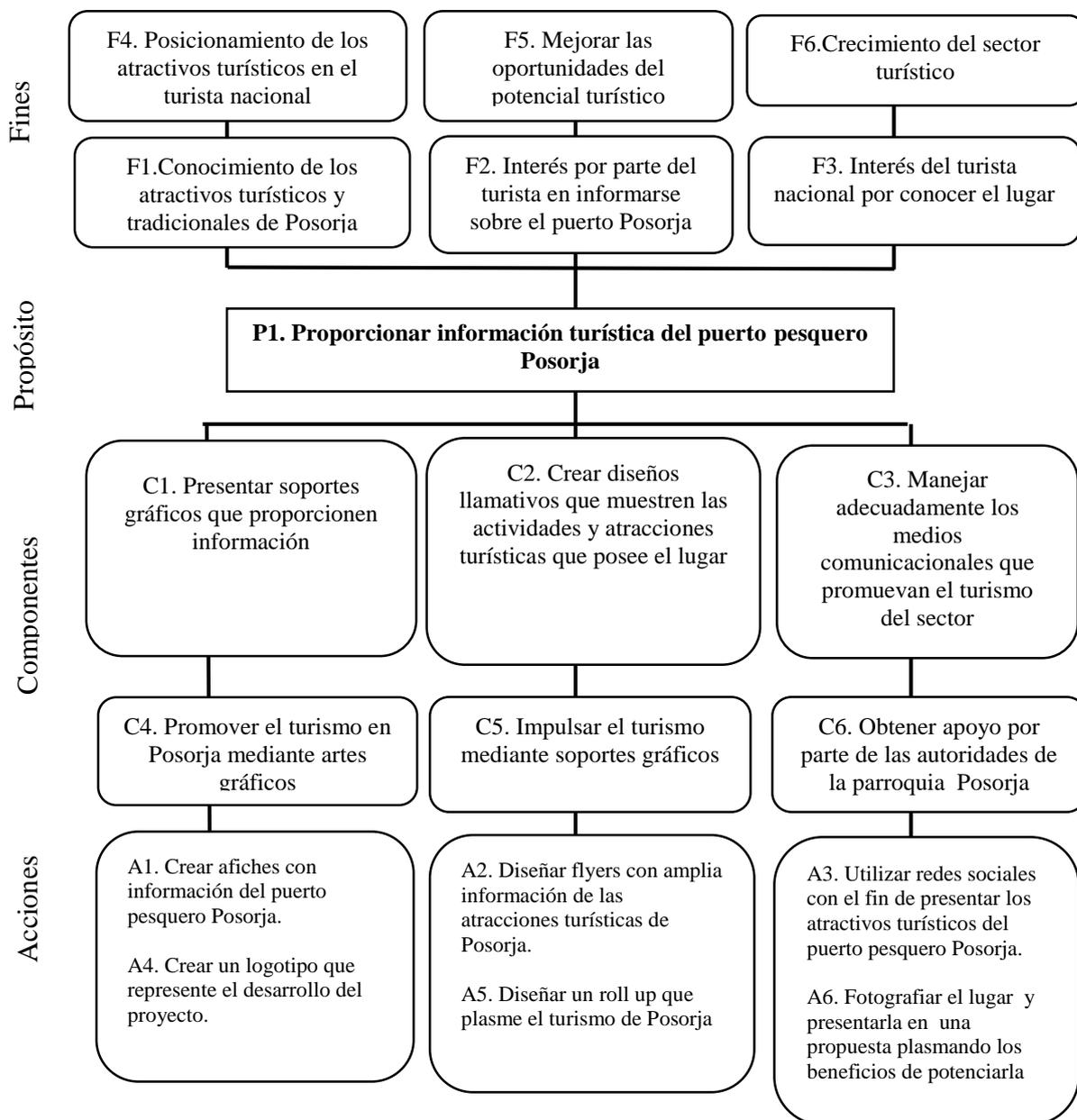


Figura N° 6: Diagrama de Estrategias

Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna

#### 4.04. Construcción de la Matriz de Marco Lógico

##### 4.04.01. 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	(F1). Conocimiento de los atractivos turísticos y tradicionales de Posorja	Dominio de los turistas en la identificación de los atractivos turísticos y tradicionales de Posorja en un (90%)	140	Alta	6 meses	Posorja	Medio
	(F2). Interés por parte del turista en informarse sobre el puerto Posorja	Demanda de soportes gráficos que muestre información en un (100%)	156	Alta	6 meses	Posorja	Medio
	(F3). Interés del turista nacional por conocer el lugar	Aumento de turistas en el Puerto pesquero Posorja en un (70%)	109	Medio	6 meses	Posorja	Medio
	(F4). Posicionamiento de los atractivos turísticos en el turista nacional	Identificación por parte del turista de los atractivos turísticos en un (80%)	125	Alto	6 meses	Posorja	Medio
	(F5). Mejorar las oportunidades del potencial turístico	Aumento de la demanda en actividades turísticas en un (80%)	125	Alto	6 meses	Posorja	Medio

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	META				
			Cantidad.	Calidad.	Tiempo	Lugar	Grupo Social
Fines	(F6.). Crecimiento del sector turístico	Aumento de afluencia de turistas en un (80%)	125	Alto	6 meses	Posorja	Medio
Propósito	(P1.). Proporcionar información turística del puerto pesquero Posorja	Prevalencia de material visual en un (90%)	140	Alto	6 meses	Posorja	Medio
Componentes	(C1.). Presentar soportes gráficos que proporcionen información	Existencia de artes gráficas al alcance del turista en un (80%)	140	Alto	6 meses	Posorja	Medio
	(C2.). Crear diseños llamativos que muestren las actividades y atracciones turísticas que posee el lugar	Maquetación de las artes gráficas a presentar en un (90%)	156	Alto	6 meses	Posorja	Medio
	(C3.). Manejar adecuadamente los medios comunicacional que promuevan el turismo del sector	Prevalencia de material informativo sobre turismo en Posorja en un (80%)	125	Alto	6 meses	Posorja	Medio
	(C4.). Promover el turismo en Posorja mediante artes gráficas	Interés del turismo comunitario en Posorja debido a impacto visual en las artes en un (90%)	140	Alto	6 meses	Posorja	Medio

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UN FOTOLIBRO PARA DAR A CONOCER LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y TRADICIONALES DE LA PARROQUIA DE POSORJA UBICADO EN LA PROVINCIA DEL GUAYAS, CANTÓN GUAYAQUIL

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	META				
			Cantidad.	Calidad.	Tiempo	Lugar	Grupo Social
Componentes	(C5). Impulsar el turismo mediante soportes gráficos	Dominio de los soportes que impulsen el turismo	109	Alto	6 meses	Posorja	Medio
	(C6). Obtener apoyo por parte de las autoridades de la parroquia Posorja	Existencia de permisos escritos por el presidente de la junta parroquial de Posorja	156	Alto	6 meses	Posorja	Medio
Actividades	(A1). Crear afiches con información del puerto pesquero Posorja.	Diseñar afiches con información clara del puerto pesquero Posorja	156	Alto	6 meses	Posorja	Medio
	(A2). Diseñar flyers con amplia información de las atracciones turísticas de Posorja.	Diseño de flyers que plasme los atractivos turísticos de Posorja	156	Alto	6 meses	Posorja	Medio
	(A3). Utilizar redes sociales con el fin de presentar los atractivos turísticos del puerto pesquero Posorja.	Presentación de los atractivos turísticos de Posorja mediante redes sociales	156	Alto	6 meses	Posorja	Medio

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UN FOTOLIBRO PARA DAR A CONOCER LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y TRADICIONALES DE LA PARROQUIA DE POSORJA UBICADO EN LA PROVINCIA DEL GUAYAS, CANTÓN GUAYAQUIL

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	META				
			Cantidad.	Calidad.	Tiempo	Lugar	Grupo Social
Actividades	(A4). Crear un logotipo que represente el desarrollo del proyecto.	Existencia de logotipo	156	alta	6 meses	Posorja	Medio
	(A5). Diseñar un roll up que plasme el turismo de Posorja	Realizar un roll up	156	alta	6 meses	Posorja	Medio
	(A6). Fotografiar el lugar y presentarla en una propuesta plasmando los beneficios de potenciarla	Aprobación de la propuesta	156	alta	6 meses	6 meses	Medio

Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna

#### 4.04.02. Selección de Indicadores

Tabla 5: Selección de Indicadores

Nivel	Resumen Narrativo	Indicadores	Clasificador de indicadores					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
Fines	(F1). Conocimiento de los atractivos turísticos y tradicionales de Posorja	Dominio de los turistas en la identificación de los atractivos turísticos y tradicionales de Posorja en un (90%)	x	x	x	x	x	5	Si
	(F2). Interés por parte del turista en informarse sobre el puerto Posorja	Demanda de soportes gráficos que muestre información en un (100%)	x	x	-	x	-	3	Si

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UN FOTOLIBRO PARA DAR A CONOCER LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y TRADICIONALES DE LA PARROQUIA DE POSORJA UBICADO EN LA PROVINCIA DEL GUAYAS, CANTÓN GUAYAQUIL

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Clasificación de indicadores					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
Fines	(F3). Interés del turista nacional por conocer el lugar	Aumento de turistas en el Puerto pesquero Posorja en un (70%)	x	x	x	-	x	4	Si
	(F4). Posicionamiento de los atractivos turísticos en el turista nacional	Identificación por parte del turista de los atractivos turísticos en un (80%)	x	-	x	x	x	4	Si
	(F5). Mejorar las oportunidades del potencial turístico	Aumento de la demanda en actividades turísticas en un (80%)	x	-	x	x	x	4	Si
	(F6). Crecimiento del sector turístico	Aumento de afluencia de turistas en un (80%)	x	x	x	x	x	5	Si
Propósito	(P1). Proporcionar información turística del puerto pesquero Posorja	Prevalcimiento de material visual en un (90%)	x	-	x	x	x	4	Si
Componentes	(C1). Presentar soportes gráficos que proporcionen información	Existencia de artes gráficas al alcance del turista	-	x	x	x	x	4	Si
	(C2). Crear diseños llamativos que muestren las actividades y atracciones turísticas que posee el lugar	Maquetación de las artes gráficas a presentar	x	-	x	x	x	4	Si

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UN FOTOLIBRO PARA DAR A CONOCER LOS ATRACTIVOS TURISTICOS Y TRADICIONALES DE LA PARROQUIA DE POSORJA UBICADO EN LA PROVINCIA DEL GUAYAS, CANTÓN GUAYAQUIL

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Clasificación de indicadores					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
Componentes	(C3.). Manejar adecuadamente los medios comunicacional que promuevan el turismo del sector	Prevalcimiento de material informativo sobre turismo en Posorja	x	x	x	x	x	5	Si
	(C4.). Promover el turismo en Posorja mediante artes gráficos	Interes del turismo comunitario en Posorja debido a impacto visual en las artes	x	x	x	x	x	5	Si
	(C5.). Impulsar el turismo mediante soportes gráficos	Dominio de los soportes que impulsen el turismo	x	-	x	x	x	4	Si
	(C6.). Obtener apoyo por parte de las autoridades de la parroquia Posorja	Existencia de permisos escritos por el presidente de la junta parroquial de Posorja	x	x	x	x	X	5	Si
Actividades	(A1.). Crear afiches con información del puerto pesquero Posorja.	Diseñar afiches con información clara del puerto pesquero Posorja	x	x	x	x	x	5	Si
	(A2.). Diseñar flyers con amplia información de las atracciones turísticas de Posorja.	Diseño de flyers que plasme los atractivos turísticos de Posorja	x	x	x	x	x	5	Si
	(A3.). Utilizar redes sociales con el fin de presentar los atractivos turísticos del puerto pesquero Posorja.	Presentación de los atractivos turísticos de Posorja mediante redes sociales	x	-	x	x	x	4	Si

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UN FOTOLIBRO PARA DAR A CONOCER LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y TRADICIONALES DE LA PARROQUIA DE POSORJA UBICADO EN LA PROVINCIA DEL GUAYAS, CANTÓN GUAYAQUIL

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Clasificación de indicador					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
Actividades	(A4.). Crear un logotipo que represente el desarrollo del proyecto.	Existencia de logotipo	x	-	x	-	x	3	Si
	(A5.). Diseñar un roll up que plasme el turismo de Posorja	Realizar un roll up	x	x	x	x	x	5	Si
	(A6.). Fotografiar el lugar y presentarla en una propuesta plasmando los beneficios de potenciarla	Aprobación de la propuesta	x	x	x	x	x	5	Si

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

*Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna*

#### 4.04.03. 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	(F1). Conocimiento de los atractivos turísticos y tradicionales de Posorja	Dominio de los turistas en la identificación de los atractivos turísticos y tradicionales de Posorja en un (90%)	Primaria	Encuesta	Cuantitativo	6 meses	Investigador
	(F2). Interés por parte del turista en informarse sobre el puerto Posorja	Demanda de soportes gráficos que muestre información en un (100%)	Primaria	Observación Directa	Simple verificación	6 meses	Investigador

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UN FOTOLIBRO PARA DAR A CONOCER LOS ATRACTIVOS TURISTICOS Y TRADICIONALES DE LA PARROQUIA DE POSORJA UBICADO EN LA PROVINCIA DEL GUAYAS, CANTÓN GUAYAQUIL

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de Verificación				
			Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
Fines	(F3). Interés del turista nacional por conocer el lugar	Aumento de turistas en el Puerto pesquero Posorja en un (70%)	Primario	Encuesta	Cuantitativo	6 meses	Investigador
	(F4). Posicionamiento de los atractivos turísticos en el turista nacional	Identificación por parte del turista de los atractivos turísticos en un (80%)	Primaria	Observación directa	Simple verificación	6 meses	Investigador
	(F5.). Mejorar las oportunidades del potencial turístico	Aumento de la demanda en actividades turísticas en un (80%)	Primaria	Encuesta	Cuantitativo	6 meses	Investigador
	(F6.). Crecimiento del sector turístico	Aumento de afluencia de turistas en un (80%)	Secundaria	Información	Simple verificación	6 meses	Investigador
Propósito	(P1.). Proporcionar información turística del puerto pesquero Posorja	Prevalcimiento de material visual en un (90%)	Secundaria	Información	Simple verificación	6 meses	Investigador
Componentes	(C1.). Presentar soportes gráficos que proporcionen información	Existencia de artes gráficas al alcance del turista	Primaria	Observación directa	Simple verificación	6 meses	Investigador
	(C2.). Crear diseños llamativos que muestren las actividades y atracciones turísticas que Posee el lugar	Maquetación de las artes gráficas a presentar	Primaria	Observación directa	Simple verificación	6 meses	Investigador

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UN FOTOLIBRO PARA DAR A CONOCER LOS ATRACTIVOS TURISTICOS Y TRADICIONALES DE LA PARROQUIA DE POSORJA UBICADO EN LA PROVINCIA DEL GUAYAS, CANTÓN GUAYAQUIL

Nivel	Resumen narrativo	Indicador	Medios de Verificación				
			Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
Componentes	(C3.). Manejar adecuadamente los medios comunicacional que promuevan el turismo del sector	Prevalecimiento de material informativo sobre turismo en Posorja	Primaria	Encuesta	Cuantitativo	6 meses	Investigador
	(C4.). Promover el turismo en Posorja mediante artes gráficos	Interés del turismo comunitario en Posorja debido a impacto visual en las artes	Primaria	Observación directa	Simple verificación	6 meses	Investigador
	(C5.). Impulsar el turismo mediante soportes gráficos	Dominio de los soportes que impulsen el turismo	Primaria	Observación directa	Simple verificación	6 meses	Investigador
	(C6.). Obtener apoyo por parte de las autoridades de la parroquia Posorja	Existencia de permisos escritos por el presidente de la junta parroquial de Posorja	Primaria	Observación directa	Simple verificación	6 meses	Investigador
Actividades	(A1.). Crear afiches con información del puerto pesquero Posorja.	Diseñar afiches con información clara del puerto pesquero Posorja	Primaria	Encuesta	Cuantitativo	6 meses	Investigador
	(A2.). Diseñar flyers con amplia información de las atracciones turísticas de Posorja.	Diseño de flyers que plasme los atractivos turísticos de Posorja	Primaria	Encuesta	Cuantitativo	6 meses	Investigador

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UN FOTOLIBRO PARA DAR A CONOCER LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y TRADICIONALES DE LA PARROQUIA DE POSORJA UBICADO EN LA PROVINCIA DEL GUAYAS, CANTÓN GUAYAQUIL

Nivel	Resumen narrativo	Indicador	Medios de Verificación				
			Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
Actividades	(A3). Utilizar redes sociales con el fin de presentar los atractivos turísticos del puerto pesquero Posorja.	Presentación de los atractivos turísticos de Posorja mediante redes sociales	Primaria	Observación directa	Simple verificación	6meses	Investigador
	(A4). Crear un logotipo que represente el desarrollo del proyecto.	Existencia de logotipo	Primaria	Observación directa	Simple verificación	6meses	Investigador
	(A5). Diseñar un roll up que plasme el turismo de Posorja	Realizar roll up	Primaria	Observación directa	Simple verificación	6meses	Investigador
	(A6). Fotografiar el lugar y presentarla en una propuesta plasmando los beneficios de potenciarla	Aprobación de la propuesta	Primaria	Encuesta	Cuantitativo	6meses	Investigador

*Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna*

#### 4.04.04 Supuestos

Tabla 7: Supuestos

Nivel	Resume narrativo	Supuestos	Factores de riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Fines	(F1). Conocimiento de los atractivos turísticos y tradicionales de Posorja	Interés de los turistas nacionales en fortalecer sus conocimientos en lugares de otros países	X	-	X	X	-
	(F2). Interés por parte del turista en informarse sobre el puerto Posorja	Desinterés de los turistas en adquirir información	-	-	X	X	-
	(F3). Interés del turista nacional por conocer el lugar	Desinterés de los turistas en visitar el lugar debido a la existencia de otros sitios turísticos	-	-	X	X	-
	(F4). Posicionamiento de los atractivos turísticos en el turista nacional	Confusión de los atractivos turísticos con existentes en otros lugares	X	-	X	X	-
	(F5.). Mejorar las oportunidades del potencial turístico	Oposición de los pobladores de dar a conocer la Parroquia y sus atractivos	-	-	X	X	-
	(F6.). Crecimiento del sector turístico	Incorrecta difusión de la información del lugar	X	X	X	-	-
Propósito	(P1.). Proporcionar información turística del puerto pesquero Posorja	Inexistencia de recursos financieros	X	-	X	-	-
Componentes	(C1.). Presentar soportes gráficos que proporcionen información	Cotos elevados de soportes gráficos	X	-	-	X	.

Nivel	Resumen narrativo	Supuestos	Factores de riesgos				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Componentes	(C2.). Crear diseños llamativos que muestren las actividades y atracciones turísticas que posee el lugar	Daño imprevisto en los equipos que facilitan realizar los diseños	X	-	X	-	-
	(C3.). Manejar adecuadamente los medios comunicacional que promuevan el turismo del sector	Restricción en los medios de comunicación para promover el turismo	X	-	X	-	X
	(C4.). Promover el turismo en Posorja mediante artes gráficos	Restricción de la información que promueva el turismo	-	-	X	-	X
	(C5.). Impulsar el turismo mediante soportes gráficos	Los soportes gráficos no tengan acogida en el turista	X	-	X	-	-
	(C6.). Obtener apoyo por parte de las autoridades de la parroquia Posorja	Desaprobación de las autoridades en otorgar permisos que apruebe el desarrollo del proyecto	-	X	X	-	X
Actividades	(A1.). Crear afiches con información del puerto pesquero Posorja.	Limitado presupuesto	X	-	X	X	-
	(A2.). Diseñar flyers con amplia información de las atracciones turísticas de Posorja.	Costos elevados en el proceso de producción de los flyers	X	-	X	X	-

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UN FOTOLIBRO PARA DAR A CONOCER LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y TRADICIONALES DE LA PARROQUIA DE POSORJA UBICADO EN LA PROVINCIA DEL GUAYAS, CANTÓN GUAYAQUIL

Nivel	Resume narrativo	Supuestos	Factores de riesgos				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Actividades	(A3.). Utilizar redes sociales con el fin de presentar los atractivos turísticos del puerto pesquero Posorja.	Restricción de la difusión de la información turística mediante redes sociales debido a las leyes de comunicación	-	X	X	-	X
	(A4.). Crear un logotipo que represente el desarrollo del proyecto.	Desconocimiento del logotipo debido al bajo impacto	-	-	X	X	-
	(A5.). Diseñar un roll up que plasme el turismo de Posorja	Incorrecta ubicación del roll up que impida llegar al grupo objetivo	X	-	X	-	-
	(A6.). Fotografiar el lugar y presentarla en una propuesta plasmando los beneficios de potenciarla	Fotografías desenfocadas que impiden mostrarla al turista	X	-	X	X	-

Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna

#### 4.04.05. Matriz de Marco Lógico (MML)

Tabla 8: Matriz de Marco Lógico

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación	Supuestos
Fines	(F1). Conocimiento de los atractivos turísticos y tradicionales de Posorja	Dominio de los turistas en la identificación de los atractivos turísticos y tradicionales de Posorja en un (90%)	Primaria Encuesta Cuantitativo 6meses Investigador	Interés de los turistas nacionales en fortalecer sus conocimientos en lugares de otros países
	(F2). Interés por parte del turista en informarse sobre el puerto Posorja	Demanda de soportes gráficos que muestre información en un (100%)	Primaria Observación Directa Simple verificación 6meses	Desinterés de los turistas en adquirir información

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación	Supuestos
<b>Fines</b>	(F3). Interés del turista nacional por conocer el lugar	Aumento de turistas en el Puerto pesquero Posorja en un (70%)	Primario Encuesta Cuantitativo 6meses Investigador	Desinterés de los turistas en visitar el lugar debido a la existencia de otros sitios turísticos
	(F4). Posicionamiento de los atractivos turísticos en el turista nacional	Identificación por parte del turista de los atractivos turísticos en un (80%)	Primaria Observación Directa Simple verificación 6meses Investigador	Confusión de los atractivos turísticos con existentes en otros lugares
	(F5). Mejorar las oportunidades del potencial turístico	Aumento de la demanda en actividades turísticas en un (80%)	Primaria Encuesta Cuantitativo 6meses Investigador	Oposición de los pobladores de dar a conocer la Parroquia y sus atractivos
	(F6). Crecimiento del sector turístico	Aumento de afluencia de turistas en un (80%)	Secundaria Información Simple verificación 6meses Investigador	Incorrecta difusión de la información del lugar
<b>Propósito</b>	(P1). Proporcionar información turística del puerto pesquero Posorja	Prevalcimiento de material visual en un (90%)	Secundaria Información Simple verificación 6meses Investigador	Inexistencia de recursos financieros

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación	Supuestos
Componentes	(C1). Presentar soportes gráficos que proporcionen información	Existencia de artes gráficas al alcance del turista	Primaria Observación directa Simple verificación 6meses Investigador	Cotos elevados de soportes gráficos
	(C2). Crear diseños llamativos que muestren las actividades y atracciones turísticas que posee el lugar	Maquetación de las artes gráficas a presentar	Primaria Observación directa Simple verificación 6meses Investigador	Daño imprevisto en los equipos que facilitan realizar los diseños
	(C3). Manejar adecuadamente los medios comunicacional que promuevan el turismo del sector	Prevalcimiento de material informativo sobre turismo en Posorja	Primaria Encuesta Cuantitativo 6meses Investigador	Restricción en los medios de comunicación para promover el turismo
	(C4). Promover el turismo en Posorja mediante artes gráficas	Interes del turismo comunitario en Posorja debido a impacto visual en las artes	Primaria Observación directa Simple verificación 6meses Investigador	Restricción de la información que promueva el turismo
	(C5). Impulsar el turismo mediante soportes gráficos	Dominio de los soportes que impulsen el turismo	Primaria Observación directa Simple verificación 6meses Investigador	Los soportes gráficos no tengan acogida en el turista
	(C6). Obtener apoyo por parte de las autoridades de la parroquia Posorja	Existencia de permisos escritos por el presidente de la junta parroquial de Posorja	Primaria Observación directa Simple verificación 6meses Investigador	Desaprobación de las autoridades en otorgar permisos que apruebe el desarrollo del proyecto

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UN FOTOLIBRO PARA DAR A CONOCER LOS ATRACTIVOS TURISTICOS Y TRADICIONALES DE LA PARROQUIA DE POSORJA UBICADO EN LA PROVINCIA DEL GUAYAS, CANTÓN GUAYAQUIL

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación	Supuestos
Actividades	(A1). Crear afiches con información del puerto pesquero Posorja.	Diseñar afiches con información clara del puerto pesquero Posorja	Primaria Encuesta Cuantitativo 6meses Investigador	Limitado presupuesto
	(A2). Diseñar flyers con amplia información de las atracciones turísticas de Posorja.	Diseño de flyers que plasme los atractivos turísticos de Posorja	Primaria Encuesta Cuantitativo 6meses Investigador	Costos elevados en el proceso de producción de los flyers
	(A3). Utilizar redes sociales con el fin de presentar los atractivos turísticos del puerto pesquero Posorja.	Presentación de los atractivos turísticos de Posorja mediante redes sociales	Primaria Observación directa Simple verificación 6meses Investigador	Restricción de la difusión de la información turística mediante redes sociales debido a las leyes de comunicación
	(A4). Crear un logotipo que represente el desarrollo del proyecto	Existencia de logotipo	Primaria Observación directa Simple verificación 6meses Investigador	Desconocimiento del logotipo debido al bajo impacto
	(A5). Diseñar un roll up que plasme el turismo de Posorja	Realizar roll up	Primaria Observación directa Simple verificación 6meses Investigador	Incorrecta ubicación del roll up que impida llegar al grupo objetivo
	(A6). Fotografiar el lugar y presentarla en una propuesta plasmando los beneficios de potenciarla	Aprobación de la propuesta	Primaria Encuesta Cuantitativo 6meses Investigador	Fotografías desenfocadas que impiden mostrarla al turista

Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna

---

## CAPÍTULO V

### 5. La propuesta

#### 5.01. Antecedentes de la herramienta y perfil de la propuesta

En la actualidad existen un sin número de proyectos que se enfocan al turismo en el Ecuador, en sus diferentes regiones, provincias de las cuales se han realizado trabajos investigativos sobre el turismo comunitario, economía, impacto en las actividades turísticas que se promueve durante ciertos periodos, el impacto en los productos que ofrecen al mercado, con el fin de determinar y comparar la movilización turística que se promueve en el país así lograr mejorar o aplicar estrategias que fortalezca el crecimiento turístico.

Presentar las propuestas de una manera visual impactante es lo que le hace falta a la mayoría de trabajos, centrar las ideas en presentar el turismo y todo lo que la conforma ya sea con sus platos típicos, lugares reconocidos, artesanías propias del lugar mediante fotografías, permitiría a otros trabajos alcanzar gran acogida en su grupo objetivo.

El siguiente proyecto de titulación tiene como objetivo presentar mediante un fotolibro el turismo en el Puerto Pesquero Posorja que se encuentra ubicado en la región costanera del Ecuador. La mejor manera de dar a conocer un lugar turístico poco conocido sin duda es mediante fotografías ya que de esa manera se puede lograr un alto impacto

visual que llame la atención de quien lo admira creando la necesidad de visitar y conocer más sobre dicho destino turístico.

Las estrategias que se manejará para alcanzar el objetivo se plasmará mediante soportes que sean accesibles al turista nacional, representándola con un logotipo llamativo y aplicándolo en cada uno de los medios con el fin de que sea fácil de reconocerla y recordarla. Las artes gráficas se caracteriza por su contenido fotográfico, es por ello que el proyecto a presentar muestra muchas fortalezas que permitirán su acogida en el mercado nacional.

### **5.01.01. Marco teórico**

#### **5.01.01.01 Turismo**

Son “acciones que una persona lleva a cabo mientras viaja y pernocta en un sitio diferente al de su residencia habitual, por un periodo consecutivo que resulta inferior a un año.” (Gardey, 2012, pág. sp), también se puede deducir que el turismo son actividades que se asocian al descanso, al descubrimiento de nuevos lugares, la realización de actividades existentes y propias del lugar.

En la actualidad el turismo es parte fundamental de la industria a nivel mundial ya que de ella se desarrollan un sin número de actividades que permiten la explotación del sector económico, brindando oportunidades a la creación de pequeñas empresas generando fuentes de empleo, existen distintos tipos de turismo esta se determina según la necesidad o gusto de quien realizara turismo.

EL TURISMO DE COMPRAS como su nombre lo indica se refiere a la visita de algún lugar para adquirir cualquier tipo de productos. TURISMOS POR CULTURA hace referencia a la visita de museos o lugares en donde se logre adquirir cualquier tipo de información con respecto a la historia de algo o para fortalecer los conocimientos sobre cultura general. TURISMO RURAL esta se refiere al turismo que se realiza en pueblos o comunidades como su nombre lo indica lugares rurales. EL TURISMO COMUNITARIO permite al individuo involucrarse en las actividades cotidianas que se realizan en dicho lugar. TURISMO GASTRONÓMICO se basa en viajes que tiene como prioridad degustar alimentos propios del lugar, turismo de aventura esta se da para realizar actividades extremas que no se realizan en otros lugares.

#### **5.01.01.02 Turismo Comunitario**

“El turismo comunitario es aquel que llevan adelante miembros de comunidades quienes ven el turismo como una fuente de ingreso económico, se organizan para prestar servicios turísticos. Se trata de comunidades rurales o indígenas, que comparten con los visitantes su modo de vida, costumbres y cultura” (Mdelreal, s.f., pág. sp).

El Ecuador es un país que ha emprendido en el turismo comunitario gracias a que esta posee una gran variedad de riqueza cultural y que en cada rincón de dicho país existe algo que diferencia una cultura, grupo étnico, provincia, es por ello que la actividad turística se ha visto como una de las oportunidades para surgir y desarrollarse en el sector económico.

### **5.01.01.03 Puerto pesquero Posorja**

El puerto pesquero Posorja es un lugar muy poco conocidos por los turistas, se ubica en la provincia del Guayas, cantón Guayaquil. Dicho puerto ha sido conocido como una zona industrial. Ello ha influido en gran manera evitando que sea conocida como un sector turístico. Actualmente contiene potencial para desarrollar el turismo pero no ha logrado surgir debido a la escasa difusión de la información, a la inexistencia de soportes gráficos que reflejen el lugar como un sitio atractivo.

Posorja es impulsada en el sector pesquero que beneficia a las grandes industrias pesqueras presentándose como primordial en el desarrollo del lugar, dejando en segundo o tercer plano el emprendimiento de las pequeñas empresas enfocadas al turismo las mismas se han visto afectada debido a la baja afluencia de turistas en el sector y que se han visto reflejadas en las pérdidas de los microempresarios que aún se mantienen.

Posorja ha logrado mantener y conservar en secreto los atractivos naturales debido al desconocimiento de los turistas, pobladores de regiones, provincias e incluso de países vecinos que no han adquirido información del lugar por ningún medio impreso o digital.

### **5.01.01.04 Historia del Puerto Pesquero Posorja**

Posorja tiene una larga historia a causa de su ubicación estratégica. Según leyendas propias del sector, el nombre Posorja, con la que este puerto pesquero es conocido, hace honor a una princesa aborígen que lideraba una tribu acentuada en dicho sector que en lengua nativa significa espuma de mar.

Hace algunos años, la pesca artesanal en Posorja lograba sobresalir debido a que las grandes industrias pesqueras que se encontraban en otros lugares y con la aparición de las mismas en Posorja los artesanos han perdido protagonismo. La comercialización de pescado ha generado conmoción en quienes lo distribuían debido a la aparición de grandes empresas que se encargan de realizar ese trabajo en grandes cantidades.

Es por ello que actualmente en Posorja, se han visto en la necesidad de innovar en otras áreas que no se relacionen solo con la pesca. El turismo es una de ellas y todo lo que se pueda extraer de este sector en beneficio de la parroquia. La existencia de hermosa flora, fauna, vías fluviales, deliciosos platillos típicos, entre otras maravillas existentes.

#### **5.01.01.05 Atractivos turísticos de Posorja**

**Avistamiento de los delfines**, este es uno de los atractivos más llamativos que se puede encontrar en Posorja debido a la gran cantidad de peces que hay en el puerto pesquero. Los habitantes comentan que los delfines se muestran amigables y juguetones y se los logra observar cuando las embarcaciones se acercan a un punto específico en donde se los puede apreciar con facilidad.

**Malecón de Posorja**, Este es uno de los lugares más estratégicos para observar el mar y guardar de ella la mejor vista panorámica. En dicho lugar también se logra apreciar las diferentes flotas pesqueras desde la más grande en dimensión hasta la más pequeña, la forma en la que estas se dispersan crean un espectáculo único para quienes son amantes de las diferentes tomas fotográficas que se pueden captar del lugar.

**Paseos en lancha,** generalmente el destino al que se programa al dar un paseo en lancha es al Islote Los Farrallones un lugar digno de visitar debido a la existencia de diversidad de fauna como piqueros, pelícanos, garzas, delfines y crustáceos que brindan una magnífica experiencia.

**Parque central de Posorja,** De los parques existentes en Posorja, éste Parque conocido como Central es el que más afluencia de turistas tiene debido a su ubicación en la parroquia. Es uno de los puntos más estratégicos desde el cual se puede partir hacia los diferentes atractivos que posee la parroquia. Otra característica del Parque Central, es que existen pequeños negocios que se dedican a ofrecer diferentes productos propios del lugar ya sean artesanías, gastronomía, pequeños negocios de ropa, entre otros artículos que sirven como recuerdo.

**Iglesias,** Las iglesias para los turistas también forman parte del atractivo turístico. En ellas se logran apreciar las esculturas que representan la religiosidad y que más allá de símbolos de religión son vistas como arte. Para quienes tienen una creencia religiosa este lugar es visitado con el fin de recibir paz espiritual en su ser.

**Caminatas,** Las caminatas son aquellos recorridos que se realizan a pie con el fin de trasladarse de un lugar a otro. En Posorja existen diferentes lugares atractivos a los que se pueden llegar sin necesidad de un medio de transporte. Es por ello que los turistas se involucran en las diferentes calles que conforman la parroquia así logrando conocer hasta el más pequeño rincón.

**La isla Puná,** Es uno de los destinos a los que se puede llegar mediante un pequeño viaje en barco desde Posorja. En ella se puede apreciar un maravilloso avistamiento de diferentes aves como pelícanos, garzas y piqueros que adornan el lugar. Se puede apreciar diversidad de flora que complementa el lugar.

**Manglares,** Generalmente para los habitantes, los manglares existentes en Posorja, son vías que unen a un lugar, con otro, pero para aquel que visita el lugar los manglares son lugares en donde se logra apreciar diversidad de fauna marina como los crustáceos.

**Mercado Municipal de la parroquia Posorja,** Este mercado fue creado con la finalidad de mejorar las condiciones de los comerciantes hacia los consumidores, es por ello que es muy conocido y visitado debido a la cantidad de productos que se logran encontrar. Este es un lugar comercial perfecto para que los turistas puedan adquirir productos a su gusto o necesidad.

#### **5.01.01.06 Gastronomía**

La gastronomía es uno de los temas que más sobresale al visitar un lugar. En Ecuador, en cada región, la comida típica se basa en lo que produce su tierra.

Posorja, siendo una parroquia ubicada en la región costanera, tiene productos para la realización de platillos típicos como el pescado, crustáceos, verde y arroz. Los platillos más solicitados por los turistas son el arroz con camarón apanado, los ceviches ya sea de concha, camarón, corvina o calamar, el arroz marinero que es una combinación de

mariscos en un solo platillo, la sopa marinera, el cangrejo, los encebollados, el tigrillo que es un platillo en el que su principal ingrediente es el verde, las bolas de verde, arroz con pescado frito, los asados, que a diferencia de la sierra, están compuestos por arroz menestra carne, chuleta o pollo asado y verde. los patacones con café o empanadas de verde. Estos son los platillos típicos más reconocidos de la parroquia

#### **5.01.01.07 Artesanías**

Las artesanías que en Posorja se comercializan son pequeños barcos, cómodas, cajitas de madera cubiertas de arena y residuos de crustáceos. Estas son las más adquiridas por el turista. Existen además anillos, pulseras y cadenas realizadas de tagua son otras de las artesanías adquiridas, la utilización de hilo, mullos, y pequeños accesorios que las mujeres prefieren llevar en una combinación de las tres en una trenza adherida al cabello.

#### **5.01.01.08 Fotografía**

“La fotografía consiste básicamente en una forma de captar un instante único e irrepetible en el tiempo” (Maunier, s.f., pág. sp). En otras palabras, la fotografía es un arte, una técnica que permite obtener imágenes duraderas debido a la intervención de la luz. En tiempos pasados, la utilización de la cámara obscura permitía realizar un proceso cuidadoso con el fin de obtener un buen trabajo. En la actualidad, la manera para adquirir una imagen fotográfica es posible y accesible debido a la existencia de la cámara digital. Incluso el revelado de las fotografías es más rápido.

---

#### **5.01.01.09 Clases de fotografía**

Dependiendo las características de las fotos, de sus objetivos o de las técnicas que se hayan utilizado para tomarlas, se pueden identificar los siguientes tipos:

##### **Fotografía publicitaria o comercial**

Este tipo de fotografía tiende a mostrarse de una manera atractiva para el consumidor, creando la necesidad de adquirir o consumir un producto o servicio ya que mediante esta se pretende persuadir de obtener un beneficio.

##### **Fotografía artística**

En la fotografía artística se trabaja con técnicas que hacen que la imagen se convierta en una obra de arte, ya que mediante esta se plasman situaciones que crean en el ser humano sensaciones, emociones e incluso características que cambian su estado de ánimo.

##### **Fotografía periodística**

Este tipo de fotografía abarca diferentes temáticas como naturaleza, deporte, cultura, sociedad y política. El objetivo de esta es publicarlas en diferentes medios y dar a conocer los acontecimientos de lo descrito mediante imágenes logrando transmitir información que no se volverá a repetir de la misma manera.

---

### **Fotografía aérea**

Este tipo de fotografía es aplicada para verificar la existencia de posibles intrusos a área nacional.

### **Fotografía submarina**

Este tipo de fotografía, como su nombre lo indica se realizan con el fin de capturar imágenes que se pueden obtener bajo el agua. Se enfoca en realizar y fortalecer expediciones que tratan de captar imágenes de la flora y fauna que existe bajo el agua.

### **Fotografía Científica**

Este tipo de fotografía se utiliza para captar imágenes que son muy difíciles de visualizar debido a su tamaño. Con los avances tecnológicos esto ha logrado ser posible debido a la existencia de microscopios y telescopios

### **Fotografía Astronómica**

“La colocación de cámaras en los telescopios. Así se pueden capturar imágenes del brillo y el estado en que se encuentran los cuerpos celestes. Sirven para detectar los movimientos y su velocidad en cometas y cuerpos celestes” (Clasificaciones, 2017, pág. sp)

### **Foto-secuencia**

Se trata de un conjunto de fotografías que se presentan en orden cronológico para representar cómo ocurrió un determinado hecho a lo largo del tiempo. Lo ideal a la hora

de armar una foto-secuencia es tomar fotos que transmitan muy claramente los personajes que la integran están haciendo y que se perciba un avance en ello entre foto y foto.

### **Paisajes**

Este tipo de fotografía tiene como finalidad mostrar o captar imágenes que tiene que ver netamente con lo que el entorno ofrece que es la naturaleza en su más pura expresión ya sea playas, montañas, bosques, desiertos, los pequeños detalles son los hacen la diferencia por ejemplo el manejo de la luz es un factor fundamental, porque depende de este la obtención de una buena o mala fotografía.

### **Retrato**

Este tipo de fotografía pretende mostrar, mediante el rostro de uno o varios personajes, sentimientos, expresiones o emociones que atraviesa el o la modelo y así crear en el espectador admiración.

### **De acción en movimiento**

En fotografías como ésta, se intenta captar a un determinado objeto en movimiento, el cual queda plasmado de manera borrosa y así transmite la sensación de que se está moviendo, mientras que el fondo se plasma de manera estática.

### **En movimiento**

Como su nombre indica, estas fotografías intentan transmitir la sensación de movimiento no sólo en el objeto capturado sino en toda la escena.

#### **5.01.01.10 Retoque fotográfico**

El retoque fotográfico hoy en día es casi fundamental dentro el proceso del fotografía ya que mediante esta se logra mejorar la visualización con respecto a la claridad, contrastes y encuadres que mejoran a la fotografía dándole un toque único dependiendo de la manera en que se utilice dicha herramienta.

#### **5.01.01.11 Diseño gráfico**

El diseño gráfico es una herramienta fundamental en la industria de la publicidad, editorial, multimedia y web y consiste en la combinación de elementos que transmitan un mensaje visual gráfico. Tiene como objetivo crear un impacto visual que cree una necesidad o informe acerca de algo. El diseño gráfico trata de optimizar más imágenes que texto logrando crear algo atractivo a vista de las personas.

#### **5.01.01.12 Diseño Editorial**

“Es la rama del diseño gráfico que se enfoca de manera especializada en la estética y diseño tanto del interior como el exterior de los textos la estructura y composición que forma a libros, revistas, periódicos, catálogos, caratulas, volantes, afiches.” (Maria, 2014, pág. sp)

La realización de este tipo de documentos editoriales ha revolucionado al mundo debido a la gran demanda que existe por la sociedad. Ahora es indispensable contar con documentos impresos para la difusión de información de cualquier tipo. El diseño editorial, favorece y facilita la adquisición de este tipo de artes que se encuentra al alcance de todos.

#### **5.01.01.13 Diagramación en Diseño gráfico**

“La diagramación, también llamada maquetación, es un oficio del diseño editorial que se encarga de organizar en un espacio, contenidos escritos, visuales y en algunos casos audiovisuales (multimedia) en medios impresos y electrónicos, como libros, diarios y revistas” (Alonzo, 2010, pág. sp).

Durante el proceso de diagramación, esta nos permite ver una proyección de aquello que se esté diseñando ya sea un libro, una revista, un afiche para poder distribuir correctamente los elementos a utilizar así evitando posibles equivocaciones o repeticiones en las hojas. La diagramación también permite distribuir espacios que separan texto de imagen o imagen de imagen y texto de texto. En conclusión, diagramar permite equilibrar elementos para que esta no se vea cargada en el arte gráfico.

#### **5.01.01.14 Creación de logo**

El logo es la imagen representativa de una empresa, entidad, producto representada mediante vectores logrando diferenciarse la una de la otra.

El logo sirve para crear una impresión positiva para que los consumidores logren identificar la entidad, grupo, empresa, marca. Por lo general los logotipos deben ser creados atemporalmente ya que se pretende conservar el logo aun con el pasar del tiempo, para evitar cambios constantes que confundan la mente del consumidor.

#### **5.01.01.15 Clases de logos**

Los logos se diferencian según su composición Logotipo, Isotipo, Imagotipo e Isologo. En las diferentes industrias se logran apreciar estas con o sin íconos, a color o blanco y negro, grandes o pequeños.

#### **Logotipo**

Es el término que utilizamos como genérico para referirnos a todos los tipos de logo que existen. Se trata de un vulgarismo socialmente aceptado, pero no corresponde a la realidad.

Un Logotipo es la representación gráfica de una marca, compuesta por letras.

Es decir, logotipos propiamente dichos son sólo aquellos que están compuestos por una o varias tipografías y un conjunto de letras, sin dibujos, imágenes, íconos, etc.

## **Imagotipo**

Es aquel que está conformado por un conjunto de texto e ícono unidos por un mismo concepto. Este puede estar ubicado ya sea texto arriba e ícono abajo o viceversa o también texto a la derecha e ícono a la izquierda. Esto dependerá del gusto o la necesidad en la que se encuentre al componer la misma.

## **Isologo**

Esta es similar al Imagotipo, compuesta por texto e ícono. La diferencia que existe entre las dos es que el Imagotipo puede funcionar o solo texto o solo ícono en cambio el Isologo no puede separarse porque confundirían el mensaje.

## **Isotipo**

Los Isotipos son aquellos que son representados de forma simbólica y expresan o comunican la marca sin necesidad de mencionarla de forma tipográfica o con textos.

(NYC, s.f., pág. sp)

### **5.01.01.16 Tipografía**

“La tipografía como el arte o técnica de reproducir la comunicación mediante la palabra impresa, transmitir con cierta habilidad, elegancia y eficacia, las palabras”

(Docente, 2010, pág. sp)

La tipografía es un factor importante dentro de la comunicación impresa en la sociedad. Dentro del diseño gráfico, se informa mediante la combinación de texto e imagen logrando plasmar de una manera atractiva un mensaje de cualquier tipo. Las diferentes tipografías juegan un papel muy importante dentro de la presentación de un arte visual. Dependiendo del tipo de letra que se utilice se puede llegar a dar el mensaje correcto o incorrecto mostrando como parte de la carta de presentación de cualquier entidad que pretende informar sobre algo.

#### **5.01.01.17 Color**

En el diseño gráfico el color es un elemento básico y fundamental para dar vida, transmitir emoción a un diseño. Del color depende el significado que le demos a una imagen o símbolo.

El color se define como la descomposición de la luz y se la puede reproducir sobre cualquier superficie. En el diseño es fundamental tener una distribución correcta de los colores ya que también transmite cierto sentimiento en el individuo, tiene su significado. Es por ello que para dar el mensaje correcto, se debe usar la tipografía adecuada pero el color es aún más importante porque se plasmará que característica se le da.

Es importante mencionar los modos de color que se manejan en el diseño gráfico. Existe un modo de color exclusivo para material impreso y otro que se usa netamente para medios digitales. El modo de color RGB es el sistema de colores primarios aditivos que usan las pantallas de los ordenadores. Si se realiza un trabajo para medio impreso en

modo RGB esta se presentara en blanco y negro, mientras que el CMYK es el espacio de colores primarios sustractivos que se utilizan en los procesos de impresión a cuatro colores. Si se utiliza para presentar un arte digital esta no presentará con claridad los colores.

#### **5.01.01.18 Libro**

“Es una obra impresa, manuscrita o pintada en una serie de hojas de papel, pergamino, vitela u otro material, unidas por un lado (es decir, encuadernadas) y protegidas con tapas, también llamadas cubiertas” (Karen, 2010, pág. sp), los libros por lo general tienen distintos temas ya sea que tenga que ver con novelas, poemas, ciencia o educación. Se la considera uno de los medios que más prevalece aún con el pasar de los tiempos.

Los libros están conformados por diferentes partes que la hacen diferente ya sea de un folleto o revista. Entre sus secciones más importantes están la portada y contraportada, pues es aquello que vemos primero al tomar un libro en las manos. Estas son muy importantes debido a que el diseño creará la necesidad o curiosidad de leerlo.

Las hojas de cortesía o de respeto, son hojas en blanco que van al principio y al final de la portada. Prólogo o introducción son textos literarios antes de la obra. Índice es una lista de todos los capítulos artículos que conforman al libro y va numerada para que sea más fácil y rápido encontrar el capítulo. La dedicatoria es un pequeño texto dentro del cual el autor hace referencia alguien a quien va dedicado su trabajo u obra.

Los libros no tienen un tamaño estándar para presentar la obra, ya que existen infinidad de tamaños, grosor, tipos de hojas, material. Este ya es un asunto del autor y de las editoriales, pero al fin lo importante es lograr alcanzar a los lectores.

#### **5.01.01.19 Fotolibro**

El fotolibro cumple la misma función que un libro, con la diferencia que en el sobresalen o son protagonistas las fotografías. El objetivo que tiene, es lograr un gran impacto en el lector y lograr transmitir un mensaje mediante imágenes ya que de esa manera es más fácil captar la información y aun mejor recordarlo con precisión.

Según el crítico (Ralph Prins, s.f., pág. sp)” el fotolibro es un libro con o sin texto donde el mensaje fundamental de la obra es transmitido por las fotografías. Es un libro cuyo autor es un fotógrafo o alguien que edita y determina el orden de la obra de un fotógrafo, o incluso, de varios fotógrafos.”

#### **5.01.01.20 Publicidad**

En la actualidad la publicidad está inmersa en nuestro entorno donde sea que miremos. La publicidad forma parte de nuestras vidas. Esta se puede ver ya sea en la Tv, Internet, Radio, en el Cine y otros soportes impresos como vallas publicitarias, afiches, roll up, flyers, trípticos, dípticos entre otros medios. La finalidad que estos tienen en el mercado es revolucionar y crear en el grupo objetivo una necesidad.

La publicidad 360 “es aquella que trata de intentar alcanzar al público objetivo por todos los puntos que sea posible, que integre todos los medios de comunicación. Realiza acciones ATL y BTL para lograr un alto impacto en el público objetivo” (pedreira, 2012, pág. sp). Es importante tomar en cuenta que para este tipo de publicidad o campaña cada uno de los medios utilizados debe funcionar por separado pero bajo una misma temática.

## **Software a utilizar**

### **Adobe Ilustrador**

“Ilustrador es el programa de Adobe de dibujo vectorial que lleva más de 25 años de existencia siendo un claro referente dentro de la industria del diseño” (Carretero, 2014, pág. sp). Este programa también se lo conoce como un taller de arte en la cual se realizan diferentes actividades creativas sobre una mesa de trabajo. Estas pueden ser ilustraciones, maquetaciones ya sea para un sitio web, un medio impreso o la diagramación de animaciones.

Este programa facilita el trabajo con respecto a la creación de un logotipo con el cual se dará a conocer al producto que es un fotolibro, y también se realizarán algunas actividades con respecto al diseño para poder alcanzar al grupo objetivo ya que nos brinda herramientas que facilitan el trabajo ya sea de edición, de combinación de elementos, entre otros, es por ello que, Ilustrador se manejará con una de las herramientas primordiales para el desarrollo del proyecto.

### **Adobe Photoshop**

Photoshop es uno de los programas que se enfoca en las fotografías aunque en ella también se pueden realizar trabajos de Ilustrador ya que tiene la misma interfaz gráfica con la diferencia que Photoshop brinda mayor variedad de edición en fotografías ya que esta permite realizar retoques fotográficos aplicando filtros, el manejo de luz, contraste entre otras características que permiten corregir incluso fallas propias de la imagen. La utilización de este programa es fundamental para el retoque fotográfico de las imágenes que se presentarán mediante el fotolibro.

### **Adobe InDesing**

“Este programa se usa para paginar periódicos, revistas y otros materiales de publicación también se usa para realizar diseño de documentos que eventualmente vas a imprimir de manera estándar o quieres visualizar en línea” (Mccoy, 2018, pág. sp).

En la realización del siguiente proyecto este programa de diseño editorial será importante para diagramar y culminar el fotolibro de una manera sencilla debido a las herramientas que esta posee y son fácil de aplicarlas de acuerdo a la necesidad.

## **5.02. Descripción de la herramienta**

### **5.02.01. Metodología (Materiales y métodos)**

En el presente proyecto, la metodología a utilizar es la encuesta ya que es una herramienta fundamental para poder determinar el comportamiento de las personas, el interés, conocimientos y lograr tomar decisiones de acuerdo a los resultados. La encuesta

contará con 7 preguntas con respecto a temas como el turismo en el puerto pesquero Posorja y la implementación de un fotolibro y al final, se podrá analizar y realizar las tabulaciones con su respectivo análisis.

La aceptación del proyecto será controlado mediante encuestas, el grupo objetivo al cual esta dirigido es a personas de 18 a 19 años de edad. El entorno o lugar donde se realizará el estudio, es en las diferentes universidades de la ciudad de Quito

### **5.02.02. Resultados**

Se obtendrán de las tabulaciones de las encuestas.

#### **5.02.02.01. Encuesta**

La presente encuesta se basa en los atractivos turístico y tradiciones del puerto pequero Posorja, para lograr deducir si el lugar es conocido, si es visitado, o si han visto publicidad que promocióne el lugar como un sector turístico.

##### **5.02.02.01.01. Modelo de encuesta**

#### **Encuesta**

Con un cordial saludo le pedimos comedidamente nos brinde unos minutos de su tiempo y responda cuidadosamente cada pregunta esta tiene como objetivo saber si aumentaría el turismo en caso que se implemente un fotolibro en la parroquia Posorja ubicado en la provincia del Guayas.

1. ¿Usted ha realizado turismo en el Ecuador?
  - a. Si
  - b. No
  
2. ¿Con que frecuencia realiza turismo al mes?
  - a. Una vez por semana
  - b. Una vez por mes
  - c. Feriados
  
3. ¿Conoce usted que es un Fotolibro?
  - a. Si
  - b. No
  
4. ¿Ha visitado el puerto pesquero Posorja?
  - a. Si
  - b. No
  
5. ¿Cree usted que la implementación de un Fotolibro de los atractivos turísticos y tradicionales incentive el turismo en el puerto pesquero Posorja?
  - a. Si
  - b. No
  
6. ¿Usted ha visto publicidad del Puerto pesquero Posorja?
  - a. Si
  - b. No
  
7. ¿Mediante qué medio ha visto publicidad del Puerto pesquero Posorja?
  - a. Televisión
  - b. Vallas
  - c. Redes sociales
  - d. Ninguno

### 5.02.02.01.02. Tabulación de encuestas

*Total de encuestados 156*

#### 1.- ¿Usted ha realizado turismo en el Ecuador?

*Tabla 9: Pregunta uno*

Respuesta	Numero	Porcentaje%
Si	121	77,78
No	35	22,22
Total	156	100

*Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna*



*Figura 6: Pregunta uno*

*Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna*

### **Análisis:**

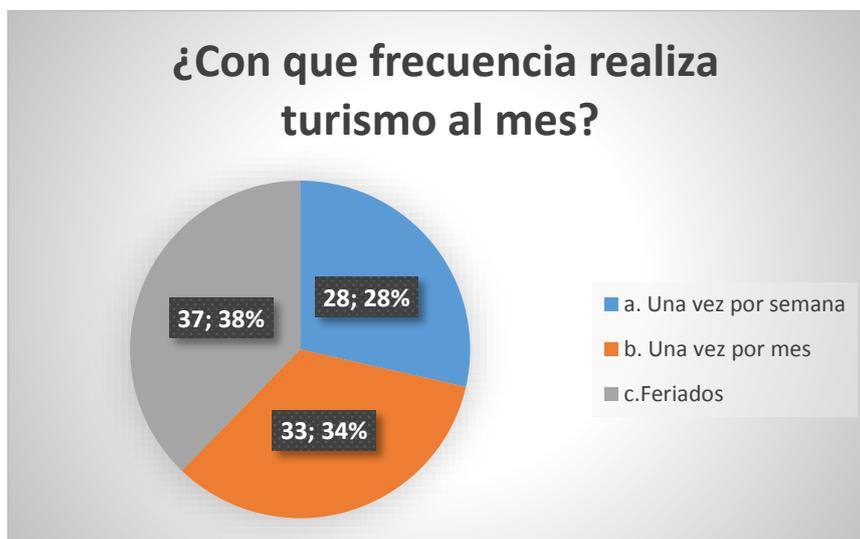
De acuerdo a las tabulaciones realizadas la mayor parte de la población encuestada ha realizado turismo en el Ecuador mientras que en un porcentaje muy bajo no han viajado, ni realizado turismo de ningún tipo ya sea fuera o dentro del país es por ello que las encuesta determina que un 77,78% si ha realizado turismo y un 22,22% no ha realizado turismo en el Ecuador.

### **2.- ¿Con que frecuencia realiza turismo al mes?**

*Tabla 10: Pregunta dos*

Respuesta	Numero	Porcentaje%
Una vez por semana	45	28,28
Una vez por mes	53	33,34
Feriados	58	37,38
Total	156	100

*Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna*



*Figura 7: Pregunta dos*

*Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna*

### **Análisis:**

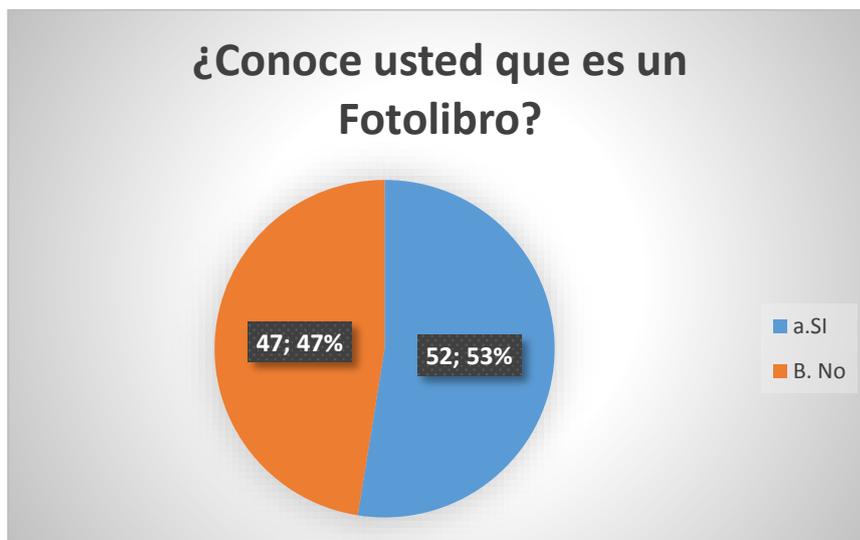
De acuerdo los resultados obtenidos de la tabulación se deduce que la mayor parte de los encuestados con un 37.38% prefieren realizar cualquier tipo de turismo en días feriados, continuando con aquella población que prefiere realizar turismo una vez por mes con un total de 33.34%, el 28,28% indica que realizan turismo una vez por semana, la población encuesta afirma que sus preferencias para realizar turismo es en días feriados.

### **3.- ¿Conoce usted que es un Fotolibro?**

*Tabla 11: Pregunta tres*

Respuesta	Numero	Porcentaje%
Si	82	52,53
No	74	47,47
Total	156	100

*Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna*



*Figura 8: Pregunta tres*

*Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna*

**Análisis:**

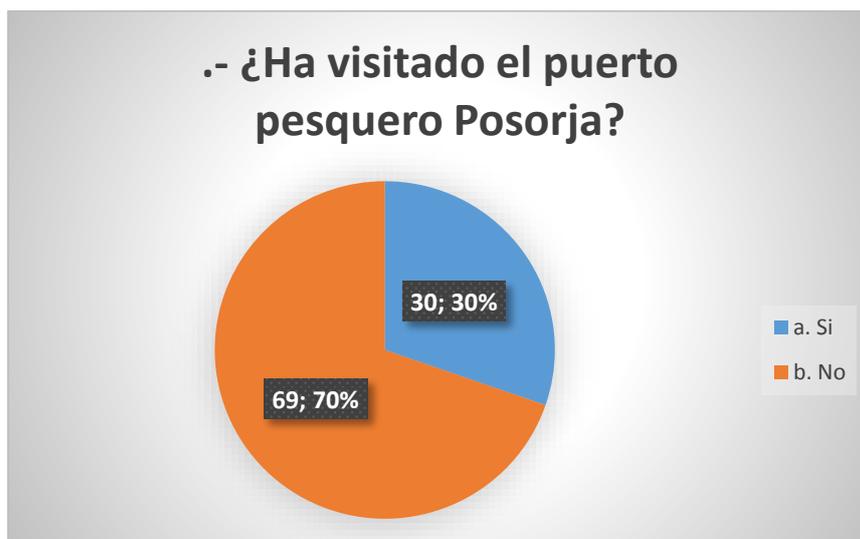
De acuerdo a los resultados arrojados por las encuestas se determina que de un 100% un 52,53% conoce lo que es un Fotolibro, mientras que la población restante con un 47,47% lo desconoce.

**4.- ¿Ha visitado el puerto pesquero Posorja?**

*Tabla 12: Pregunta Cuatro*

Respuesta	Numero	Porcentaje%
Si	47	30,30
No	109	69,70
Total	156	100

*Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna*



*Figura 9: Pregunta cuatro*

*Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna*

#### **Análisis:**

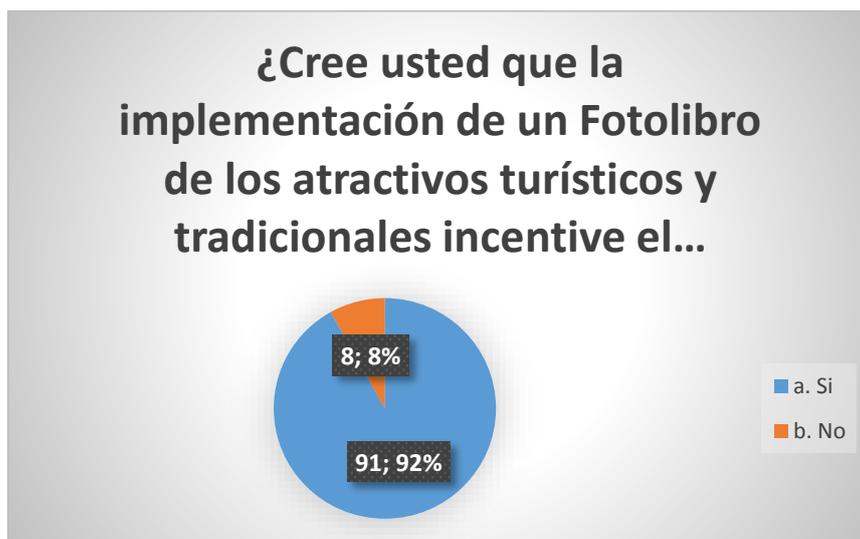
De acuerdo al total de encuestados se determina que la mayor parte de la población encuestada no ha visitado el Puerto Pesquero Posorja, mientras que de un 100% un 30,30% si lo ha visitado, esto nos indica que un 69,70% de la población encuestada no ha visitado el Puerto Pesquero Posorja.

#### **5.- ¿Cree usted que la implementación de un Fotolibro de los atractivos turísticos y tradicionales incentive el turismo en el puerto pesquero Posorja?**

*Tabla 13: Pregunta Cinco*

Respuesta	Numero	Porcentaje%
Si	142	91,92
No	14	8,8
Total	156	100

*Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna*



*Figura 10: Pregunta cinco*

*Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna*

**Análisis:**

De acuerdo al total de encuestados el 91,92% afirma que la implementación de un Fotolibro de los atractivos turísticos y tradicionales incentivara el turismo en el Puerto Pesquero Posorja, mientras que el 8,8% afirma que no incentivara al turismo.

**6.- ¿Usted ha visto publicidad del Puerto pesquero Posorja?**

*Tabla 14: Pregunta seis*

Respuesta	Numero	Porcentaje%
Si	26	16,16
No	130	83,84
Total	156	100

*Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna*



*Figura 11: Pregunta seis*

*Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna*

### **Análisis:**

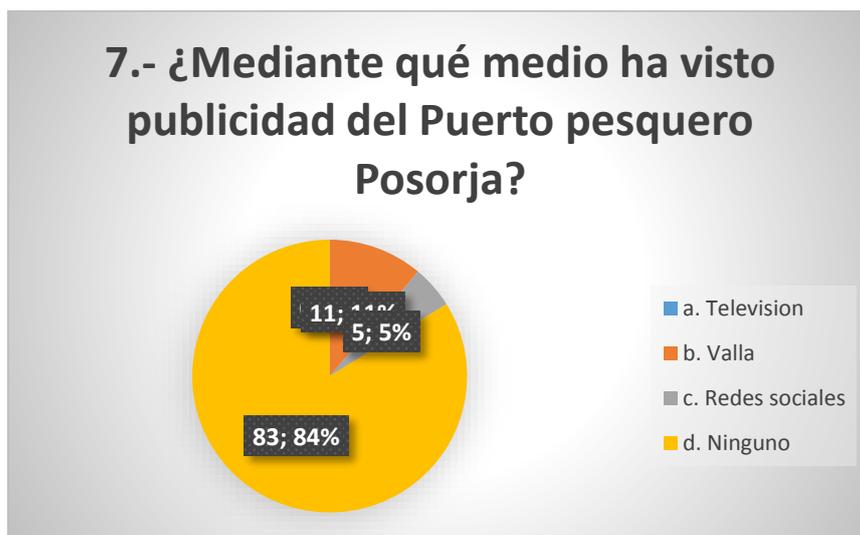
De acuerdo al análisis de las encuestas la población encuestada determina que el 16,16% ha visto publicidad del Puerto Pesquero Posorja, mientras que el 83,84% determina que no haber visto publicidad de ningún tipo.

### **7.- ¿Mediante qué medio ha visto publicidad del Puerto pesquero Posorja?**

*Tabla 15: Pregunta siete*

Respuesta	Numero	Porcentaje%
Televisión	0	0
Valla	18	11,11
Redes sociales	8	5,5
Ninguno	130	83,34
Total	156	100

*Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna*



*Figura 12: Pregunta siete*

*Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna*

#### **Análisis:**

De acuerdo al análisis de encuestas realizadas se determina que un 11,11% ha visto publicidad del Puerto Pesquero Posorja mediante una Valla, un 5,5% determina que ha visto mediante redes sociales y un 83,84% determina que no ha visto publicidad de ningún tipo.

### **5.03. Formulación del proceso de aplicación**

#### **Diseño Editorial**

##### **5.03.01 Planificación**

Para la elaboración del Fotolibro se tomará en cuenta tres aspectos indispensables para su ejecución.

- Crear el nombre e imagen corporativa que represente al Fotolibro.
- Diagramación y diseño del Fotolibro.

- Elección de las fotografías que se presentaran en el Fotolibro.

### **5.03.02 Propósito del Proyecto**

La finalidad del proyecto tiene como propósito plasmar los atractivos turísticos y tradicionales que tiene el Puerto Pesquero Posorja mediante un Fotolibro y a través de ello difundir la riqueza natural que posee logrando incrementar la afluencia de vistas turísticas a la Parroquia.

### **5.03.03 Tipo de publicación**

Publicación editorial (Fotolibro)

**5.03.04 Temática Turismo:** Se capturará fotografías del Puerto Pesquero Posorja con el fin de presentar los atractivos turísticos de la Parroquia.

### **5.03.05 Formato**

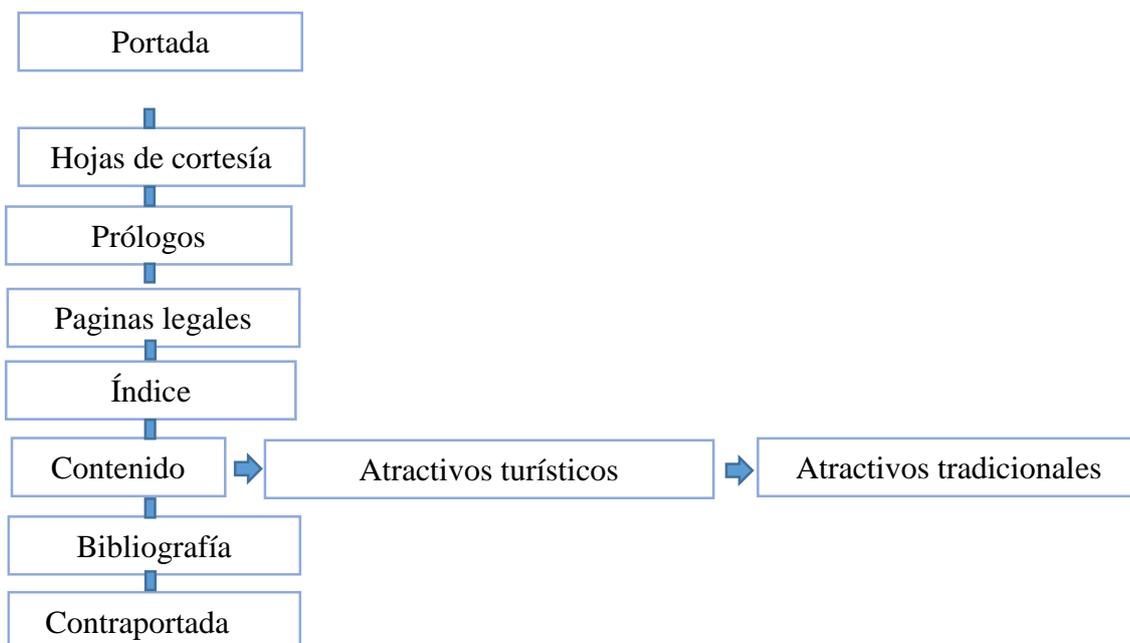
El formato en el que se presentara al Fotolibro es 22cm por 25cm.

### **5.03.06 Número de páginas**

El Fotolibro estará compuesta de 50 hojas es decir 100 páginas.

## 5.04. Desarrollo

### 5.04.01 Mapa de contenidos



*Figura 13: Mapa de contenidos*

*Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna*

## Índice de imágenes



*Figura 14 Vista panorámica  
Elaborado por: Marlon Romero*



*Figura 15 Barco artesanal  
Elaborado por: Marlon Romero*



*Figura 16 Monumentos legendarios  
Elaborado por: Marlon Romero*



*Figura 17 Turista  
Elaborado por: Marlon Romero*



*Figura 18 Museo  
Elaborado por: Marlon Romero*



*Figura 19 Artesanías  
Elaborado por: Marlon Romero*



*Figura 20 Barco Industrial  
Elaborado por: Marlon Romero*



*Figura 21 Localidad  
Elaborado por: Marlon Romero*



*Figura 22 Fiestas Parroquiales*  
*Elaborado por: Marlon Romero*



*Figura 23 Micro empresas*  
*Elaborado por: Marlon Romero*



*Figura 24 Playa Varadero*  
*Elaborado por: Marlon Romero*



*Figura 25 Playa Delfín*  
*Elaborado por: Marlon Romero*



*Figura 26 Delfín*  
*Elaborado por: Marlon Romero*



*Figura 27 Dinámicas tradicionales*  
*Elaborado por: Marlon Romero*

### 5.04.03 Estilos

#### Tipografía

- La tipografía utilizada en el Logotipo es Player One

#### Familia Tipográfica en mayúscula

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

#### Familia Tipográfica en minúscula

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

- La tipografía utilizada en el slogan es Juice ITC

#### Familia Tipográfica en mayúscula

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

#### Familia Tipográfica en minúscula

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

La utilización de estas tipografías en la imagen del producto y en el Fotolibro es debido a que Player One hace referencia a las ondas del mar y se presenta de una manera acertada con la presentación del Puerto Pesquero Posorja. Juice ITC es una tipografía sin serifas que es fácil de visualizar aun cuando tiene menos de 10 puntos.

#### 5.04.04 Imagen Corporativa



Figura 28: Colores

Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna

#### Colores

	C: 100% E: 36 #344D74 M: 65% G: 77 Y: 30% B: 116 K: 17%		C: 0% R: 214 #D67C29 M: 60% G: 124 Y: 94% B: 41 K: 0%
	C: 1% R: 215 #D78736 M: 55% G: 135 Y: 88% B: 54 K: 0%		C: 1% R: 236 #ECC833 M: 26% G: 192 Y: 92% B: 51 K: 0%
	C: 36% R: 162 #664432 M: 67% G: 68 Y: 74% B: 50 K: 48%		C: 56% R: 147 #93B43E M: 37% G: 1825 Y: 98% B: 61 K: 0%
	C: 91% R: 41 #3994CB M: 16% G: 148 Y: 8% B: 203 K: 0%		

Figura 29: Colores

Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna

La utilización de los colores primarios como el amarillo y azul se aplicó debido a la semejanza que tiene con la naturaleza en el mar logrando crear un ambiente de relajación el color naranja y verde dan ese toque de alegría que se puede encontrar en la naturaleza, el celeste produce armonía.

### Isologotipo



Figura 30: *Isologotipo Full color*

*Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna*

### Logotipo escala de grises

### Positivo y Negativo



Figura 31: *Isologotipo escala de grises*

*Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna*

*Positivo*



Figura 32: *Positivo*

*Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna*



*Negativo*

Figura 33: *Negativo*

*Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna*

**Reticula:**

---

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UN FOTOLIBRO PARA DAR A CONOCER LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y TRADICIONALES DE LA PARROQUIA DE POSORJA UBICADO EN LA PROVINCIA DEL GUAYAS, CANTÓN GUAYAQUIL

Las medidas con las que se está armando el Fotolibro son de 28 cm de ancho y 21 cm de largo, portada, contraportada y páginas internas estarán diagramadas con la misma medida con el fin de estructurar ordenadamente al Fotolibro y obtener un producto final de calidad.

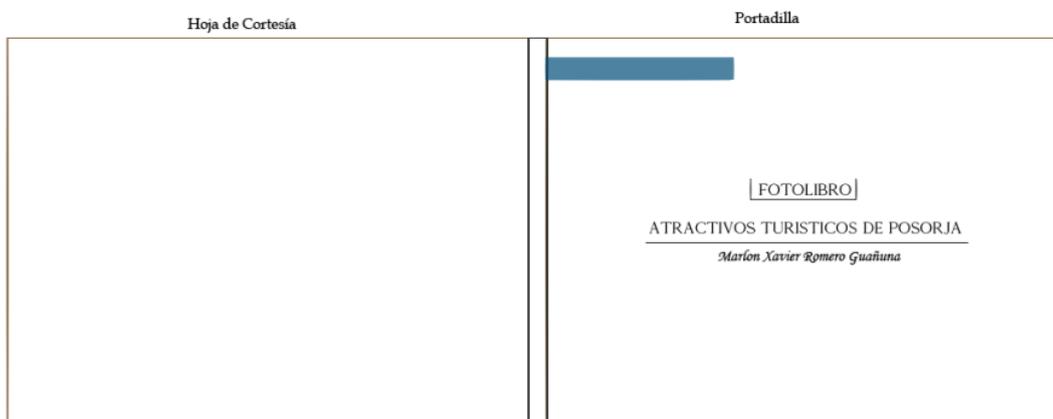
#### 5.04.05 Portada y Contraportada



*Figura 34: Portada y Contraportada*

*Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna*

### 5.04.06 Maquetación



*Figura35: Hoja de Cortesía y Portadilla*  
*Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna*



*Figura36: Prólogo e Índice*  
*Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna*

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UN FOTOLIBRO PARA DAR A CONOCER LOS ATRACTIVOS TURISTICOS Y TRADICIONALES DE LA PARROQUIA DE POSORJA UBICADO EN LA PROVINCIA DEL GUAYAS, CANTÓN GUAYAQUIL

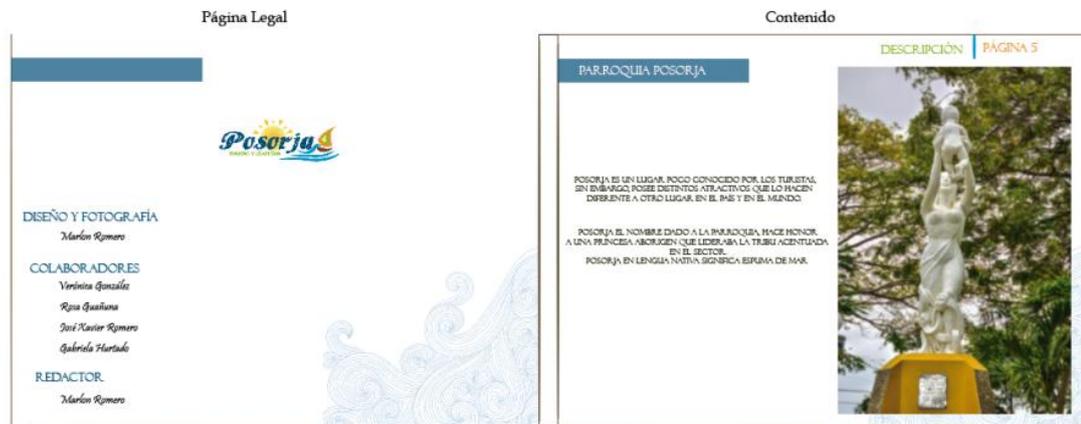


Figura 37: Página Legal y Contenido

Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañana

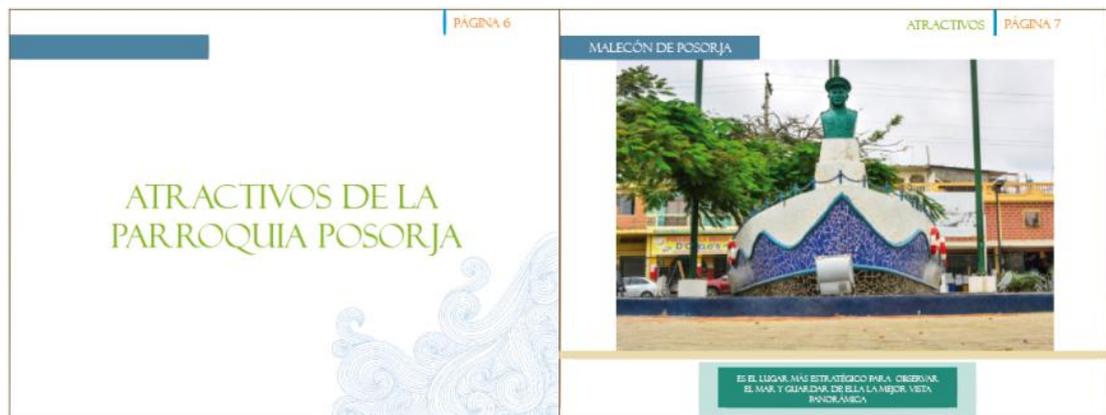


Figura 38: Atractivos de la Parroquia Posorja

Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañana

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UN FOTOLIBRO PARA DAR A CONOCER LOS ATRACTIVOS TURISTICOS Y TRADICIONALES DE LA PARROQUIA DE POSORJA UBICADO EN LA PROVINCIA DEL GUAYAS, CANTÓN GUAYAQUIL



Figura39: Páginas8 y 9

Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna



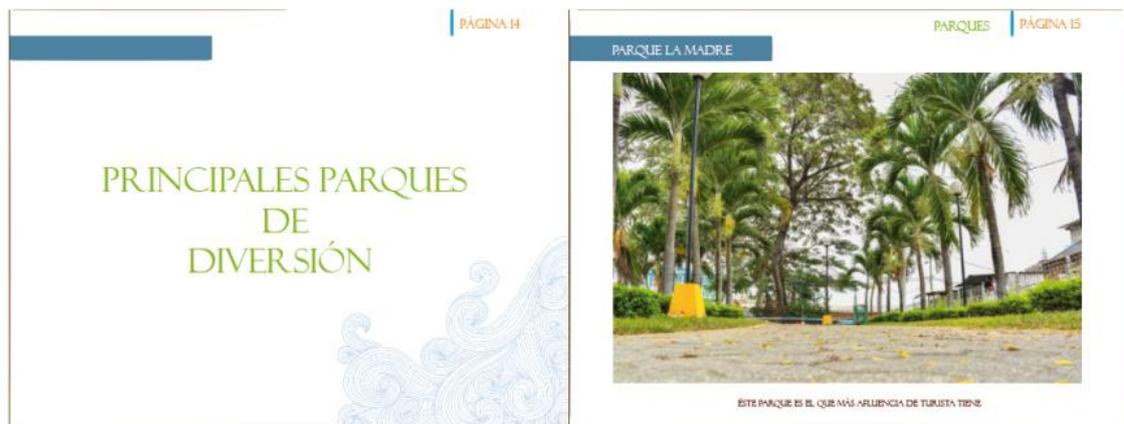
Figura40: Páginas10 y11

Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna



*Figura41: Páginas 12 y 13*

*Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna*



*Figura42: Páginas 14 y 15*

*Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna*



*Figura43: Páginas 16 y 17*

*Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna*

#### 5.04.06 Pre- prensa

Son aquellos pasos que se realizan para preparar el impreso. La pre prensa evitará errores que comprometan la calidad del producto impreso.

#### 5.04.07 Prensa

En esta fase es donde el material gráfico empieza a tomar forma física.

---

#### **5.04.08 Post prensa**

Es el último paso en donde tomamos en cuenta los acabos gráficos, cortes, dobleces y todos aquellos detalles que nos permitirán ofrecer un producto único e impactante.

#### **5.05 Marketing y distribución**

Para poder alcanzar al grupo objetivo y mantenerse en la mente de quien consume el producto se ha determinado los diferentes medios en los que se promoverá los atractivos turísticos y tradicionales del Puerto Pesquero Posorja

##### **Estrategia creativa**

- Beneficio emocional: Sueño
- Mensaje básico: Un lugar como en tus sueños
- Tono: Indiferente
- Estilo: Juvenil
- Slogan: Un sueño hecho realidad

Tabla 16: Marketing y distribución

Etapas	Tipo de medio	Cantidad	Tiempo
Lanzamiento	• Roll up	3	2 meses
	• Flyers	200	
	• Afiches	20	
Posicionamiento	• Fan page	1	2 meses
Mantenimiento	Material P.O.P:		2 meses
	• Llaveros	200	
	• Esferos	200	

Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna

Para la presentación de las artes gráficas, se utilizará estrategia de plaza, directa e indirecta

**Plaza directa:** Tres universidades de la ciudad de Quito. En cada una se colocará un Roll up que promocioe al Fotolibro. Serán colocados los afiches en las diferentes facultades y serán repartidos los flyers.

**Plaza indirecta:** Para la aplicación de los medios en otras plazas se toma en cuenta las agencias de viajes ya que existe una cercanía con los turistas.

**Fan page:** En la fan page se harán publicaciones d con el fin de crear interés por adquirir el fotolibro en los turistas nacionales.

## Lanzamiento

## Afiche



Figura44: Afiche

Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna

## Flyer



Figura45: Flyer

Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna

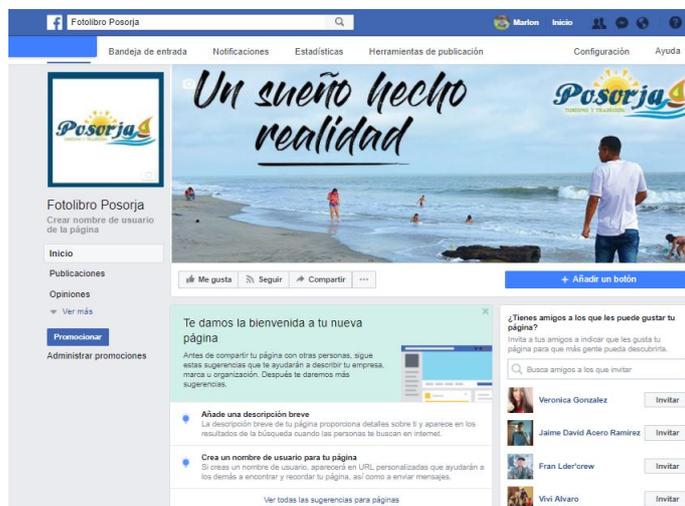
## Roll up



*Figura46: Roll Up*

*Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna*

## Posicionamiento



*Figura47: Fan page*

*Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna*

## Mantenimiento



*Figura48: Llaverio*

*Realizado por: Marlon Xavier  
Romero Guañuna*



*Figura49 : Espero*

*Realizado por: Marlon Xavier  
Romero Guañuna*

## CAPÍTULO VI

### 6. Aspectos Administrativos

#### 6.01. Recursos

##### 6.01.01. Técnicos – Tecnológico

###### Hardware:

Computadora HP Core i5 Windows 8, 64 bits, Cámara Nikon D5200

###### Software:

Adobe Illustrator CC, Adobe Photoshop CC, Adobe InDesign CC, Microsoft

##### 6.01.02. Humano

El siguiente proyecto fue realizado por el alumno Marlon Xavier Romero Guañuna, con la colaboración de la Ingeniera Gabriela Hurtado, Verónica González y las Autoridades del Puerto pesquero Posorja.

##### 6.01.03. Económico

Los recursos económicos para el financiamiento de proyecto fueron completamente propios.

## 6.02. Presupuesto 6.02.01 Gastos Operativos

Tabla 17 Gasto Operativo

Cantidad	Detalle	V. Unitario	Valor
6 meses	<b>Luz</b>	\$ 4	\$ 36
4	<b>Transporte (bus público)</b>	\$ 0.25	\$ 1
4	<b>Transporte Interprovincial</b>	\$ 12	\$48
4	<b>Transporte Interparroquial</b>	\$ 3	\$12
6	<b>Internet</b>	\$ 24	\$ 120
600	<b>Impresiones</b>	\$ 0.02	\$ 12
1	<b>Impresión de tesis</b>	\$ 40,00	\$40,00
9	<b>Alimentación</b>	\$ 2.50	\$ 22.50
1	<b>Empastado</b>	\$ 25	\$ 25
1	<b>CD</b>	\$ 1.50	1.50
Valor total de gastos operativos			\$ 318

## 6.02.02 Aplicación del Proyecto

*Tabla 18 Aplicación del Proyecto*

### Medios de lanzamiento

	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>
<b>Roll up</b>	5	\$ 80	\$ 400,00
<b>Flyers</b>	200	\$ 1.50	\$ 300,00
<b>Afiches</b>	25	\$ 1.50	\$ 37,50
Total de medios de lanzamiento			\$ 737,50

### Medios de posicionamiento

<b>Fan page</b>	1	\$ 135	\$ 135
Total de medios de posicionamiento			\$ 135

### Medios de mantenimiento

#### Material P.O.P:

<b>Llaveros</b>	70	\$ 2	\$ 140,00
<b>Esferos</b>	70	\$ 1.5	\$ 105,00
Total de medios de mantenimiento			\$ 245,00
Total de medios			<b>\$ 1,117.50</b>

## Trabajo diseñador

Hora de trabajo del Diseñador Gráfico \$ 8 ,00

	Valor por Hora	Horas	Días	Total
<b>Creación de la Marca</b>	\$ 8,00	5	2	\$ 40.00
<b>Diseñador</b>	\$8,00	75	27	\$ 600.00
<b>Fotografía</b>	\$8,00	30	6	\$ 240
<b>Total de producción</b>				\$880
<b>Total de medios</b>				<b>\$ 1,117.50</b>
<b>10%</b>				\$ 111,75
<b>Total general</b>				<b>\$ 1,129.25</b>

*Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna*

## Costo del producto

Tabla 19: Costo del producto

Producto	Costo por unidad	Cantidad	TOTAL
<b>Plastificado en mate</b>	\$1,50	100	\$150
<b>Pasta dura</b>	\$6,00	2	\$12,00
<b>Impresiones internas</b>	\$1,50	100	\$150
<b>Empaque</b>	\$3,00	2	\$6,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$318</b>

Realizado por: Marlon Xavier Romero Guañuna

### 6.03. Cronograma

N.	Actividad	Resp.	Tiempo		Resultados Esperados
			MES	Semana	

Tabla 20: Cronograma de actividades

N.	Actividad	Resp.	Tiempo				Resultados Esperados	
			MES	Semana				
	<b>Antecedentes</b>							
1	Contexto	Marlon Romero	Noviembre	X			Obtener información general	
2	Justificación	Marlon Romero	Noviembre	X			Contar con los aspectos más importantes para el desarrollo del proyecto	
3	Matriz T	Marlon Romero	Noviembre		X		Determinar la situación actual con el fin de tomar en cuenta las fuerzas bloqueadoras e impulsadoras	
	<b>Análisis de Involucrados</b>							
4	Mapeo de Involucrados	Marlon Romero	Noviembre		X		Determinar correctamente los involucrados en la realización del proyecto	
5	Matriz de análisis y selección de involucrados	Marlon Romero			X		Determinar factores que influyen sobre el proyecto como interés, problemas, recursos, conflictos	
	<b>Problemas y Objetivos</b>					X		
6	Árbol de problemas	Marlon Romero	Noviembre				X	Identificar los problemas para darles solución
7	Árbol de objetivos	Marlon Romero	Noviembre				X	Identificar los aspectos positivos de acuerdo a los problemas percibidos
	<b>Análisis de alternativas</b>							
8	Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones	Marlon Romero	Diciembre	X				Definir las acciones para la realización del proyecto
9	Tamaño del proyecto	Marlon Romero	Diciembre	X				Determinar la cantidad de personas por las cuales se realiza el proyecto

10	Localización del proyecto	Marlon Romero	Diciembre	X				Conocer el lugar y todo en su entorno
11	Análisis ambiental	Marlon Romero	Diciembre		X			Buscar materiales que sea amigables con la naturaleza
12	Matriz de análisis de impacto de los objetivos	Marlon Romero	Diciembre		X			Determinar el impacto del proyecto y la factibilidad
13	Diagrama de estrategias	Marlon Romero	Diciembre		X			Conocer las estrategias a utilizar en el proyecto
14	Construcción de la matriz de marco lógico	Marlon Romero	Diciembre			X		Determinar los aspectos antes y después de la implementación del proyecto mediante indicadores
15	Revisión de los criterios para los indicadores	Marlon Romero	Diciembre			X		Determinar las acciones de gestión, monitoreo y evaluación
16	Selección de indicadores	Marlon Romero	Diciembre			X		Determinar las acciones de gestión, monitoreo y evaluación
17	Medios de verificación	Marlon Romero	Diciembre				X	Determinar las acciones de gestión, monitoreo y evaluación
18	Supuestos	Marlon Romero	Diciembre				X	Considerar los factores que se presentan como riesgos del proyecto
19	Matriz Marco Lógico	Marlon Romero	Enero	X				Determinar los resultados de acuerdo a los análisis anteriores
	<b>La propuesta</b>							

N.	Actividad	Resp.	Tiempo				Resultados Esperados
			MES	Semana			
20	Descripción de la herramienta	Marlon Romero	Enero	X			Determinar las herramientas para el desarrollo del producto
21	Encuesta	Marlon Romero	Enero		X		Presentar preguntas al público con el fin de determinar lo positivo y negativo en el proyecto

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UN FOTOLIBRO PARA DAR A CONOCER LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y TRADICIONALES DE LA PARROQUIA DE POSORJA UBICADO EN LA PROVINCIA DEL GUAYAS, CANTÓN GUAYAQUIL

22	Tabulación de las encuestas	Marlon Romero	Enero			X		Obtener resultados para conocer la acogida del producto en el mercado
23	Gráficos	Marlon Romero	Enero				X	Observar con facilidad los resultados de las encuestas
24	Formulación del proceso de aplicación	Marlon Romero	Febrero	X				Preparar y conocer a detalle las características del producto a presentar
25	Planificación	Marlon Romero	Febrero		X			Establecer los puntos más importantes del producto
26	Desarrollo	Marlon Romero	Febrero			X		La realización del producto mediante imágenes
27	Marketing y distribución	Marlon Romero	Febrero				X	Que el producto tenga acogida en el mercado por su grupo objetivo
	<b>Aspectos administrativos</b>							
28	Recursos	Marlon Romero	Marzo	X				Determinar el apoyo para la realización del proyecto ya sea técnicos, humano, económico
29	Presupuestos	Marlon Romero	Marzo	X				Determinar a detalle los gastos en la realización del proyecto
30	Cronograma	Marlon Romero	Marzo		X			Conocer detalladamente el tiempo en el que se realizaron las actividades del proyecto
31	<b>Conclusiones y recomendaciones</b>	Marlon Romero	Marzo			X		
32	Referencias Bibliográficas	Marlon Romero	Marzo				X	Numerar las fuentes de las que se obtuvo información.

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UN FOTOLIBRO PARA DAR A CONOCER LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y TRADICIONALES DE LA PARROQUIA DE POSORJA UBICADO EN LA PROVINCIA DEL GUAYAS, CANTÓN GUAYAQUIL

---

## CAPÍTULO VII

### 7. Conclusiones y Recomendaciones

#### 7.01. Conclusiones

- Se concluye que el Puerto Pesquero Posorja contará con un Fotolibro de sus atractivos turísticos y tradicionales.
- Se concluye que existirán soportes gráficos que proporcionen información
- El Fotolibro será una guía turística que fortalecerá los conocimientos de quien visite el lugar.
- La ejecución del proyecto favorecerá a la conservación de los lugares que la parroquia Posorja ofrece.
- Se concluye que mediante el Fotolibro y las artes gráficas se promoverá el turismo en Posorja.
- El diseño y elaboración del Fotolibro será destinada a los turistas nacionales.
- La implementación del Fotolibro se realizó con el fin de informar a detalle los atractivos turísticos de la Parroquia Posorja.
- Se concluye que las redes sociales serán un gran aporte a la hora de difundir el producto.
- Se concluye que el fotolibro es un medio accesible.

- La aceptación del Fotolibro en el Puerto Pesquero Posorja es una de las mejores propuestas con la que se lograra incrementar el desarrollo turístico en la parroquia.

## 7.02. Recomendaciones

- Es indispensable mantener la publicidad para promocionar el Fotolibro en diferentes partes de la Parroquia Posorja.
- Es recomendable la adquisición del Fotolibro a los representantes de las pequeñas y grandes empresas que trabajan por el turismo en el Puerto Pesquero Posorja y así puedan difundir el producto.
- Estudiar el contenido del Fotolibro para poder exponerlo al turista nacional.
- La información a presentar en el Fotolibro debe ser corta, clara y precisa.
- Incentivar a los jóvenes mediante el Fotolibro a conocer las riquezas que posee el Puerto Pesquero Posorja.
- Se debe considerar muy importante los proyectos sobre el turismo comunitario ya que mediante ella se logra percibir el turismo desde otra perspectiva, es decir la vida cotidiana de los pobladores de un determinado lugar que cuentan con extensión de hermosos lugares propios del sector al que pertenecen.
- Utilizar el logotipo del Fotolibro en otras artes que se realicen independientemente del proyecto, para que no exista una confusión en la mente del turista.
- Adquirir y promover el fotolibro por las diferentes librerías de la Parroquia Posorja.
- Realizar el Fotolibro digital para poderlo promocionar mediante la web.

- Actualizar el Fotolibro cada tres años.

## Bibliografía

### Bibliografía

Alonzo, J. (10 de 19 de 2010).

<http://jonathan-disenos.blogspot.com/2010/10/diagramacion.html>

Carretero, A. L. (27 de 08 de 2014).

<http://www.creativosonline.org/blog/adobe-illustrator-que-es-y-para-que-sirve.html>

Clasificaciones, E. d. (2017).

<http://www.tiposde.org/arte/482-tipos-de-fotografia/>

Docente. (11 de 06 de 2010).

<http://blogdecienciassocialesyhumanas.blogspot.com.es/2010/06/la-tipografia-en-el-diseno-grafico.html>

Gardey, J. P. (2012).

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

Karen. (03 de 12 de 2010).

<http://karen-ellibroysuspartes.blogspot.com/>

Maria, F. S. (13 de 05 de 2014).

<http://www.staffcreativa.pe/blog/disenio-editorial-definicion/>

Maunier, E. B. (s.f.).

[http://www.artesmexico.org/fotografia/foto\\_arte\\_contemp.asp](http://www.artesmexico.org/fotografia/foto_arte_contemp.asp)

Mccoy, w. (2018).

[https://techlandia.com/programa-indesign-info\\_236698/](https://techlandia.com/programa-indesign-info_236698/)

Mdelreal. (s.f.).

<http://www.turismocomunitario.cl/turismo-comunitario/>

NYC, M. (s.f.). *Mdridnyc.com*.

Obtenido de Mdridnyc.com: <https://madridnyc.es/tipos-de-logos-para-empresas/>  
pedreira, a. (24 de 10 de 2012).

<http://publicidad360gr.blogspot.com/2012/10/que-es-una-campana-360-grados.html>

SENPLADES. (s.f.).

<https://observatorioplanificacion.cepal.org/es/planes/plan-nacional-de-desarrollo-2017-2021-toda-una-vida-de-ecuador>



## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** Romero Marlon Urkund.pdf (D37235837)  
**Submitted:** 4/5/2018 10:05:00 AM  
**Submitted By:** marlon\_123ct@hotmail.com  
**Significance:** 5 %

### Sources included in the report:

Simon Ponce Urkund.docx (D37199660)  
León Andrés Tesis.pdf (D15734708)  
Paez Garcia Cristian Paul.pdf (D37159340)  
TESIS sin gráficos.docx (D18140614)  
<https://es.wikipedia.org/wiki/Posorja>

### Instances where selected sources appear:

16

A handwritten signature in blue ink that reads "Fernanda Hoyos". The signature is written in a cursive style and is underlined with a single horizontal line.



Quito 10 de Noviembre de 2018

El GAD de Posorja respalda el proyecto del señor Marlon Xavier Romero Guafuna con número de cedula 1724726102 cuyo tema es Diseño y Elaboración de un Fotolibro para dar a conocer los atractivos turísticos y tradicionales de la Parroquia de Posorja, ubicado en la provincia del Guayas, Cantón Guayaquil. La cual será implementada próximamente debido a que se lo considera funcional.



Jorge Banchon Adun



Marlon Romero



## INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

### DISEÑO GRÁFICO

#### ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) **ROMERO GUAÑUNA MARLON XAVIER**, portador de la cédula de identidad N° **1724726102**, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 16 de abril del 2018

15 NOV 2018  
*Manuela B.*  
 Sra. Mariela Balseca  
 CAJA

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
 "CORDILLERA"  
 CONSEJO DE CARRERA  
*[Signature]*  
 Ing. Raquel Andrade  
 DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN

BIBLIOTECA  
 INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
 "CORDILLERA"  
*[Signature]*  
 Ing. William Parra  
 BIBLIOTECA

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
 "CORDILLERA"  
 15 NOV 2018  
 8,03 *[Signature]*  
 COORDINACIÓN PRÁCTICAS

Ing. Samira Villalba  
 PRÁCTICAS PREPROFESIONALES  
 INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
 "CORDILLERA"  
 DIRECCIÓN DE CARRERA  
*[Signature]*  
 Ing. Lizeth Guerrero  
 DIRECTOR DE CARRERA

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
 "CORDILLERA"  
 15 NOV 2018  
*[Signature]*  
 Tgla. Samantha Prado  
 SECRETARÍA ACADÉMICA