TECNOLOGICO SUPERIOR "CORDILLERA"

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

CARRERA DE DÍSEÑO GRÁFICO

ELABORACIÓN DE UN FOTOLIBRO PARA DAR A CONOCER LAS ATRACCIONES TURÍSTICAS NATURALES EN EL SECTOR DE SAN GABRIEL CANTÓN MONTUFAR PROVINCIA DEL CARCHI.

Autor

Jefferson Fabricio Caicedo Cuases

Tutora

Ing. Marlene Andrade

Quito-Ecuador

2015

ELABORACIÓN DE UN FOTOLIBRO PARA DAR A CONOCER LAS ATRACCIONES TURÍSTICAS NATURALES EN EL SECTOR DE SAN GABRIEL CANTÓN MONTUFAR PROVINCIA DEL CARCHI.

TECNOLOGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

CARRERA DE DÍSEÑO GRÁFICO

ELABORACIÓN DE UN FOTOLIBRO PARA DAR A CONOCER LAS ATRACCIONES TURÍSTICAS NATURALES EN EL SECTOR DE SAN GABRIEL CANTÓN MONTUFAR PROVINCIA DEL CARCHI.

Autor

Jefferson Fabricio Caicedo Cuases

Tutora

Ing. Marlene Andrade

Quito-Ecuador

2015

ELABORACIÓN DE UN FOTOLIBRO PARA DAR A CONOCER LAS ATRACCIONES TURÍSTICAS NATURALES EN EL SECTOR DE SAN GABRIEL CANTÓN MONTUFAR PROVINCIA DEL CARCHI.

Declaración de aprobación

ELABORACIÓN DE UN FOTOLIBRO PARA DAR A CONOCER LAS ATRACCIONES TURÍSTICAS NATURALES EN EL SECTOR DE SAN GABRIEL CANTÓN MONTUFAR PROVINCIA DEL CARCHI.

Declaración de autoría del estudiante

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se ha citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Jefferson Fabricio Caicedo Cuases

CC 1726350141

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

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

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de Diseño Gráfico que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo Diseño Gráfico, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado elaboración de un fotolibro para dar a conocer las atracciones turísticas naturales en el sector de San Gabriel cantón Montufar provincia del Carchi, el cual incluye la elaboración, diseño y diagramación de un fotolibro, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. **b)** Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la elaboración del fotolibro, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

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

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización de la elaboración del fotolibro que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad de la elaboración del fotolibro a favor del Cesionario.

ELABORACIÓN DE UN FOTOLIBRO PARA DAR A CONOCER LAS ATRACCIONES TURÍSTICAS NATURALES EN EL SECTOR DE SAN GABRIEL CANTÓN MONTUFAR PROVINCIA DEL CARCHI.

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

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

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

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

En aceptación firman a los 23 días del mes de marzo del dos mil quince.

f) _____
Firma
C.I

f) _____
Instituto Superior Tecnológico Cordillera
CESIONARIO

AGRADECIMIENTO

Gracias a la Ing. Marlene Andrade por el apoyo brindado en el proceso de la elaboración de mi tesis y aportas sus conocimientos tanto profesionales como humanos en el transcurso de todo el semestre.

Agradezco a los profesores que aparte de ser docentes me supieron brindar su amistad durante toda la mi carrera.

DEDICATORIA

A mis padres por su apoyo incondicional

durante el transcurso de mi carrera

A mis amigos y familiares por su contante apoyo

Índice general

Portada……i

Caratula……..ii

Declaración de aprobación tutor y lector…….....……..iii

Declaración de autoría del estudiante…….....……...iv

Declaración de cesión de derechos a la institución……..….....v

Agradecimiento……vii

Dedicatoria……..viii

Índice General…….……..ix

Índice de tablas…….xiv

Índice de figuras……...xv

Resumen ejecutivo……...xvi

Abstract……..…xvii

Introducción……...……xviii

Capítulo I

1.0 Antecedentes

1.01Contextos……1

1.01Contextos……2

1.02Justificacion……2

1.02Deficicion del problema central (Matriz T)……3

CAPITULO II

2.0Análisis de involucrados

2.01Mapeo de involucrados……4

2.02 Matriz de análisis y selección de involucrados……5

CAPITULO III

3.0 Problemas y Objetivos

3.01 Árbol de Problemas……6

3.02 Árbol de Objetivo……7

CAPITULO IV

4.01 Matriz análisis de alternativas e identificadores de acciones……8

4.01.01 Tamaño del proyecto……8

Grupo Objetivo……8

Muestra……9

4.01.02 Localización del proyecto……10

4.01.03 Análisis Ambiental……11

4.02 Matriz de análisis de impacto de los objetivos……12

ELABORACIÓN DE UN FOTOLIBRO PARA DAR A CONOCER LAS ATRACCIONES TURÍSTICAS NATURALES EN EL SECTOR DE SAN GABRIEL CANTÓN MONTUFAR PROVINCIA DEL CARCHI.

4.03 Diagrama de estrategias……..……13

4.04Contruccion de la matriz de marco lógico

4.04.01 Revisión de los criterios para los indicadores……..….14

4.04.02 Selección de indicadores……...……...16

4.04.03 Medios de Verificación……18

4.04.04
Supuestos……...20

4.04.05 Matriz del marco lógico…….……..22

CAPITULO V

La propuesta

5.01 Antecedentes de la herramienta del perfil de la propuesta

5.01.01 Diseño Editorial……...24

5.01.01 Diseño Editorial……..…….25

Adobe Illustrator……....26

Adobe Photoshop……...27

Fotografía……...27

Adobe InDesign……..28

Historia del diseño editorial ……..……29

Turismo……..31

Diseño editorial en el turismo……...……32

5.02 Descripción de la herramienta……..33

Propósito del proyecto ……...…….43

Tipo de publicación……..43

Temática……..43

Formato……43

Número de páginas……...44

Mapeo de contenido…….....……...45

Índice de imágenes……45

Estilos……....…58

Páginas Master o retículas……..……...58

Diagramación……58

Imagen Corporativa……...59

Portada……...……59

Maquetación……..60

Pre Prensa……60

Prensa……61

Post prensa……62

Materiales……..62

Marketing y distribución……...62

CAPITULO VI

6.0 Aspectos Administrativos

6.01 Recursos……65

6.02 Presupuesto……...65

Tabla de gastos operativos……65

6.03 Cronograma……...66

CAPITULO VII

7.01 Conclusiones…….67

7.02 Recomendaciones…….68

Bibliografía……...69

Anexos…….69

Índice de tablas

TABLA 1 Matriz de análisis y selección con los involucrados…….....5

TABLA 2 Matriz de análisis de impacto…….....12

TABLA3 Revisión de los criterios para los indicadores……..14

TABLA 4 Selección de indicadores…….16

TABLA 5 Medios de verificación…….18

TABLA 6 Supuestos…….20

TABLA 7 Matriz de marco Lógico……...……22

TABLA8 Tabla de gastos operativos……65

Índice de figuras

FIGURA 1 Mapeo de Involucrados……...……4

FIGURA 2 Árbol de problemas……..…...6

FIGURA 3 Árbol de objetivos……..……7

FIGURA 4 Matriz de análisis de alternativas e identificadores de acciones……8

FIGURA 5 Diagrama de estrategias…….……..…..13

DIBUJO 1 Mapa del Cantón Montufar…….……10

Resumen ejecutivo

En la presente investigación, buscamos en que los turistas y ciudadanos del cantón Montufar tomen interés en visitar y conocer más de la cultura e historia, ya que con el pasar del tiempo se ha ido perdiendo el interés por los lugares turísticos que se encuentran en el cantón Montufar, para ello se ha tomado la decisión en la creación de un fotolibro dando una forma más elegante de llamar la atención a los turistas por visitar el cantón.

Con la creación de nuestro fotolibro se tiene la intención de atraer al turista a visitar el cantón Montufar y asi generar un mayor ingreso socio-económico asi los ciudadanos que conforman este patrimonio lleno de mucha cultura e historia y unos majestuosos paisajes.

Abstract

In this research, we seek to tourists and citizens of Canton Montufar take interest in visiting and learn more about the culture and history, because with the passage of time has been lost interest tourist attractions found in the canton Montufar, for it has been decided to create a photobook giving a more elegant way to draw attention to tourists for visiting the canton.

With the creation of our photobook is intended to attract tourists to visit the Canton Montufar and thus generate a higher socio-economic income so citizens that make up this heritage filled with a lot of culture and history and a majestic landscapes.

Introducción

En este proyecto que se ha realizado se pretende, que mediante este fotolibro tener mayor interés por los turistas el conocer su historia, su cultura y su esplendorosa naturaleza que tiene el cantón Montufar. Se debe tener en cuenta que el turismo es importe ya en la actualidad es una de las actividades económicas y culturales más importantes con las que se puede contar para generar ingresos, al producto se lo ha desarrollado de una manera práctica tomando en cuenta un fotolibro donde se dará información adecuada y precisa dando asi una ayuda al lector, se lo realizara en papel reciclado ya que esto llamara aún más la atención para los turistas y asi contribuir con el medio ambiente.

CAPÍTULO I

1.0 Antecedentes

1.01 Contexto

En la actualidad en forma global existen muchas formas para poder dar un desarrollo a los países, y de esta manera poder explotar y tener un mejor desarrollo del turismo y haciendo de ello un atractivo para los turistas locales, y para ello se creara un foto libro como medio de promoción en donde contendrá fotografías e información de los lugares promocionados.

De estos bellos lugares se tomaran fotografías que nos servirá como ayuda para poder despertar su interés en las personas que conozcan directamente y de esta manera ayudando a incrementar el mayor ingreso de visitas.

El Ecuador se caracteriza por tener una extensa flora y fauna en todas sus regiones que la conforman en la cual se busca explotar al máximo sus atractivos y de esta forma generes interés por los turistas nacionales, pero existen lugares donde no se han explotado sus lugares turísticos al máximo como por ejemplo el cantón Montufar ubicado en la sector San Gabriel, provincia del Carchi.

En la antigüedad se llamaba Tusa y fue cambiada a San Gabriel en honor al Arcángel San Gabriel, guardián de la ciudad. El nombre de Montúfar se debe al coronel Carlos Montúfar y Larrea, prócer de la independencia ecuatoriana y uno de los ilustres militares. Conocido como la ciudad de las siete colinas antiguo asentamiento tusa, fue cuna de la cultura

Cuasmal y de la fase Capulí, fase Piartal y fase Tusa, esta última originario de su cultura. San Gabriel es reconocido como un Patrimonio Nacional por sus fachas coloniales en sus construcciones, también conocida como la cuidad de la Eterna primavera, este lugar requiere una explotación turística ya que contiene lugares majestuosos, sin embargo existe poca información de su lugar para esto se creara un foto libro donde se expondrá los lugares más atractivos turísticos como cascadas, arquitectura, ríos etc. Con ello realizaremos un desarrollo turístico para el cantón.

1.02 Justificación

En la actualidad los fotolibros se han convertido de una manera distinta de informar a las personas algo que desconozcan, y así será una herramienta fundamental para mostrar a los turistas nacionales los privilegios de la zona de una forma poco común de informar.

Entonces para ello el cantón Montúfar necita la creación de un fotolibro para que las personas conozcan de sus principales atracciones turísticas que se encuentran dentro del lugar y de esta manera incentivas a los turistas nacionales que se interesen por conocer dichos sitios.

1.03 Definición del problema central (Matriz T)

Análisis de fuerzas t					
Situación empeorada	Situación actual				Situación mejorada
Turismo en el cantón muy bajo	Turistas no cuentan con suficiente información del cantón				Aumento del turismo en el cantón
Fuerzas impulsadoras	I	PC	I	PC	Fuerzas bloqueadoras
Elaboración de publicidad promocionando al cantón	5	3	5	4	No cuenta con información impresa
Creación de un fotolibro con partes importantes del cantón	5	3	5	4	Desconocimiento del cantón y sus atractivos turísticos
Mayor cantidad de puntos de información del cantón para los turistas	5	4	5	3	Escaso mantenimiento de los lugares turísticos
Aumento de agencias turísticas en el cantón	4	3	4	3	Personal inadecuado para el turismo del cantón

CAPÍTULO II

2.0 Análisis de involucrados.

2.01 Mapeo de los involucrados.

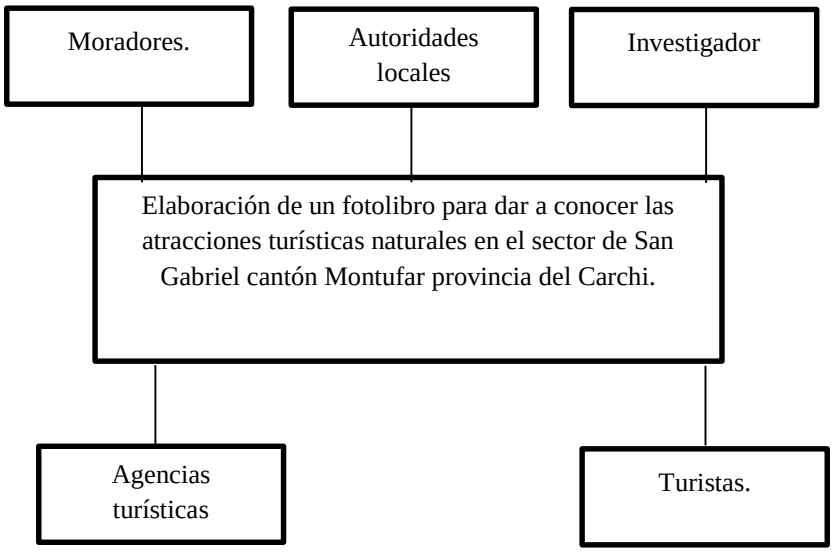


Figura 1: Mapeo de involucrados

2.02 Matriz de análisis y selección con los involucrados.

Actores involucrados	Interés sobre el problema	Problemas percibidos	Recursos mandatos y capacidades	Interés sobre el proyecto	Conflictos potenciales.
Autoridades locales	Incrementar mayor afluencia turística	Escasa información turística	Recursos económicos	Incrementar mayor turismo en el cantón Montufar	Escases de recursos económicos
Moradores	Mejor sus ingresos atreves del turismo	Mucha migración a provincias aledañas en busca de mejores fuentes de empleo	Empeño en desarrollar proyecto turísticos en el cantón	Generar empleo y mejorar sus ingresos económicos	Moradores saben muy poco sobre el turismo.
Agencias turísticas	Crear más paquetes de turísticos para turistas	escasa información para promoción turística al cantón	Capacidad de ofrecer nuevos destinos	Incrementar paquetes turísticos mejorando asi su servicio y sus ingresos	Aceptación por los moradores para el turismo
Turistas	Conocer nuevos destinos turísticos	Desconocimiento de la ubicación del cantón	Capacidad de viajar y conocer nuevos lugares naturales conservados	Información y conocer más lugares.	Mal servicio, falta de cumplimiento y poca motivación a conocer el cantón
Investigador	Elaboración de proyecto para poder graduarme	Poco tiempo y presupuesto para la realización del proyecto	Creativo Tecnológico Humano Económico Social Informativo	Elaboración de un fotolibro para dar a conocer las atracciones turísticas naturales en el sector de san Gabriel cantón Montufar provincia del Carchi.	Poca economía

Tabla1: Matriz de análisis y selección con los involucrados

CAPÍTULO III

3.0 Problemas y Objetivos.

3.01 Árbol de Problemas.

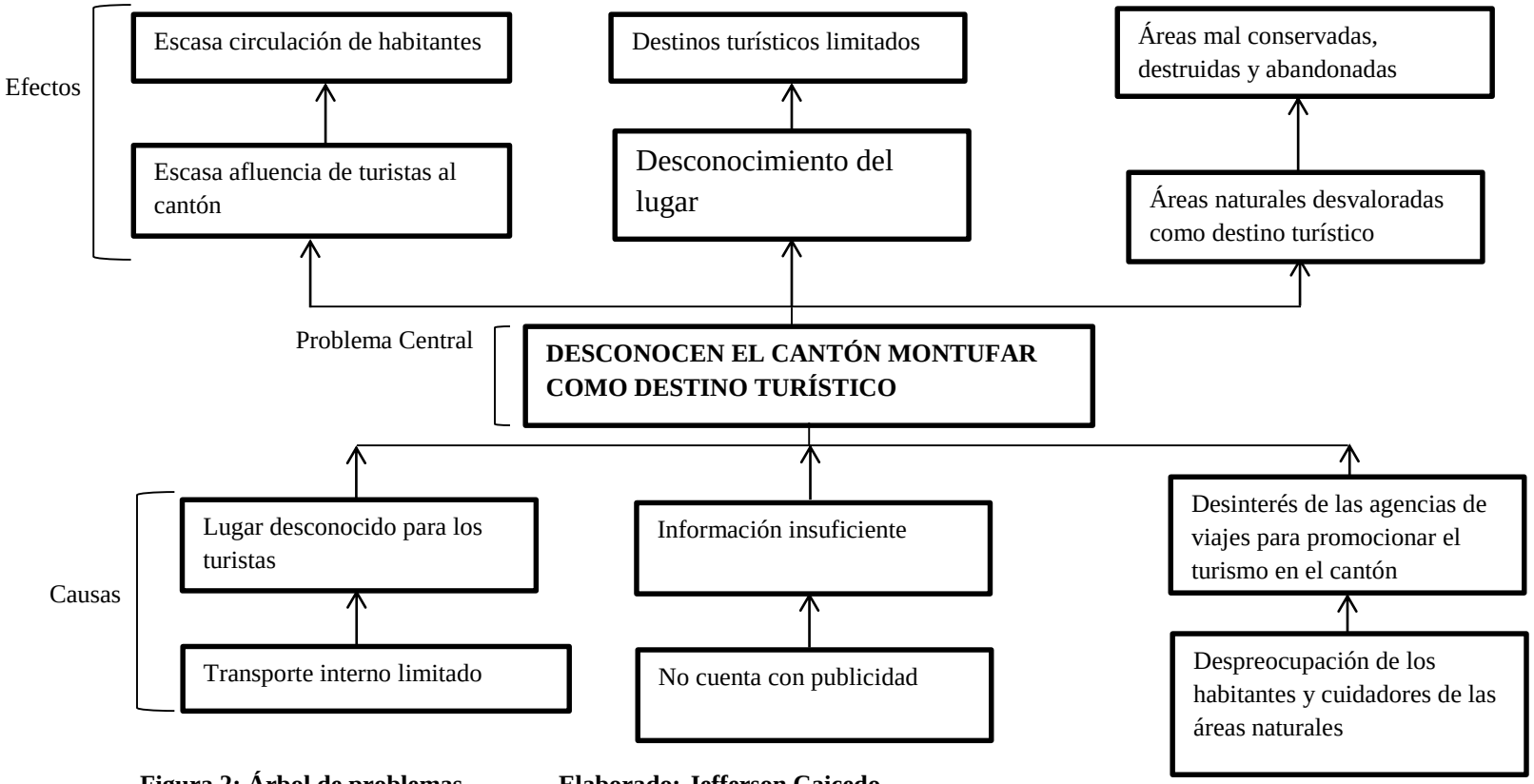


Figura 2: Árbol de problemas **Elaborado: Jefferson Caicedo**

3.02 Árbol de Objetivos.

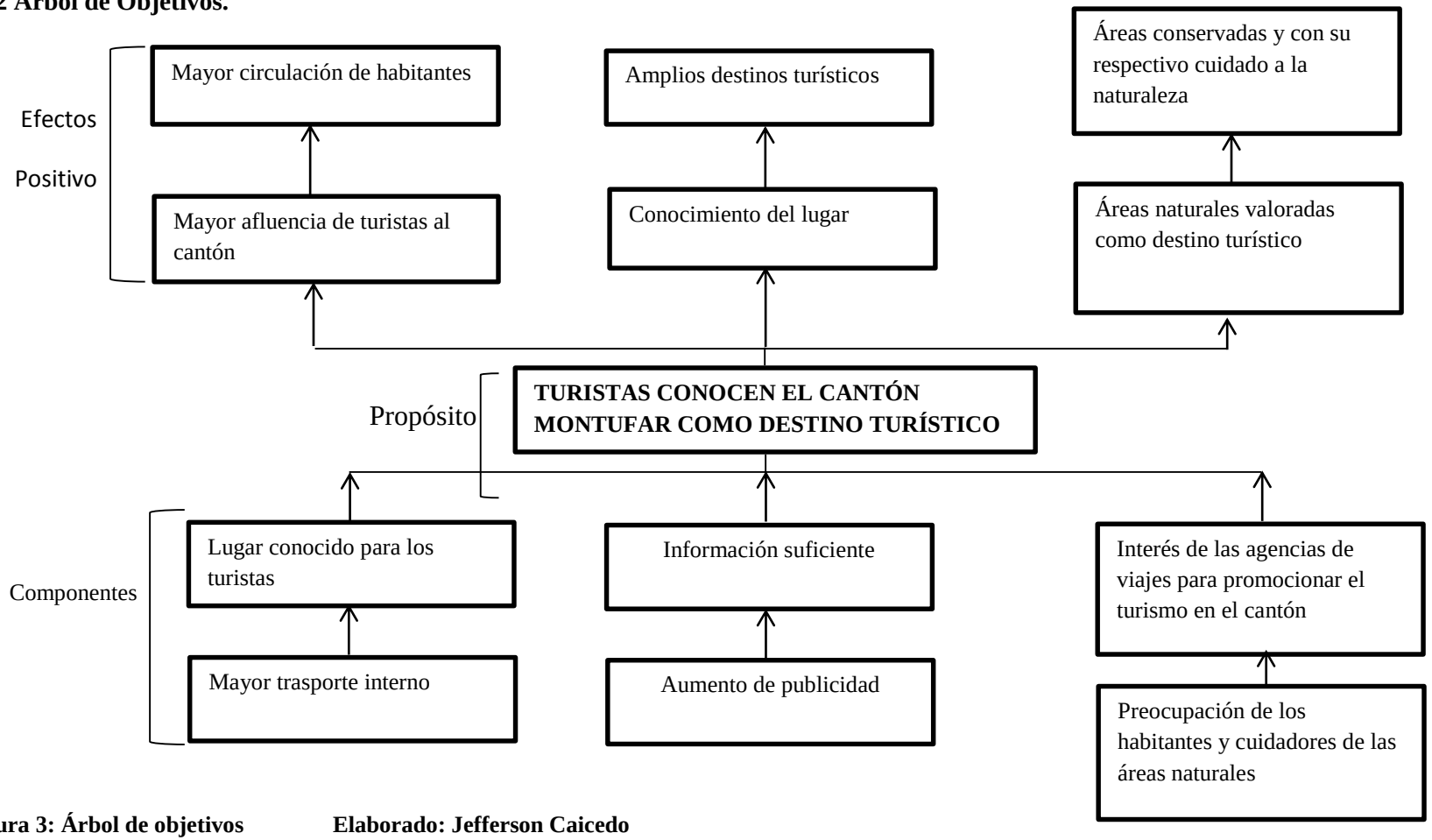


Figura 3: Árbol de objetivos **Elaborado: Jefferson Caicedo**

CAPÍTULO IV

4.01 Matriz de análisis de alternativas e identificadores de acciones

Determinar si el proyecto es aplicable mediante el estudio analítico de resultados. Determinar el contenido fotográfico para definir un concepto	Promover a jóvenes y adultos que no pierdan el interés por los lugares turísticos de la zona. Estudiar las áreas de mayor turismo en la zona	Capturar fotografías de los distintos lugares turísticos. Elaboración de un fotolibro para fomentar el desarrollo económico en el cantón Montufar.

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

Elaborado: Jefferson Caicedo

4.01.01 Tamaño del proyecto

Este proyecto es realizado para los habitantes del cantón Montufar el mismo que se beneficiaran de la actividad turística, para ello se elaborara un foto libro del cantón Montufar para así dar a conocer sus principales sitios turísticos, ubicado en la provincia del Carchi.

Grupo objetivo

- **Edad:** 18 en adelante
- **Sexo:** Masculino / Femenino
- **Situación geográfica:** Provincia del Carchi
- **Situación económica:** Media
- **Requisitos:** Bachilleres.

MUESTRA

Datos:

- N Tamaño del Universo: 12575
- p Probabilidad de ocurrencia respuestas positivas (p) = 0,5
- q probabilidad de no ocurrencia respuestas negativas (q) = 0,5
- Z nivel de confiabilidad del 95% Z crítico = 1,96
- E límite de error maestral. Porcentaje de error (e) = 5% (0.05)

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

$$n = \frac{12575 \times 0{,}5 \times 0{,}5}{(12575 - 1) \times (0{,}05/2)^2 + 0{,}5 \times 0{,}5}$$

$$n = \frac{3143{,}75}{12754 \times 0{,}000625 + 0{,}5 \times 0{,}5}$$

$$n = \frac{3143{,}75}{8{,}10875}$$

$$n = 388$$

4.01.02 Localización del proyecto

El proyecto se localizará en el Ecuador en la provincia del Carchi, cantón Montufar ubicado en Sierra ecuatoriana, con una superficie aproximada de 3,783 km². Así mismo presenta una temperatura de hasta 27° C en el subtrópico fronterizo con la provincia de Esmeraldas, hasta las nieves perpetuas de la cima del volcán Chilesa una altura de 4.723 msnm y con temperaturas inferiores a los 0° C. El cantón Montufar se encuentra ubicado a 5 horas vía terrestre desde la capital. Nuestro grupo objetivo al que va dirigido son turistas nacionales ubicados en la provincia del Carchi.

Dibujo 1: Mapa del cantón Montufar **Elaborado: Jefferson Caicedo**

4.01.03 Análisis ambiental

Impacto positivo.- La preservación de los lugares turísticos la flora y la fauna, las distintas especies, los distintos ecosistemas, los valores paisajísticos, entre otros; esto contendrá nuestro producto que es el fotolibro ya que de esta manera hacemos conciencia de que tan importante es para nosotros conservar las especies naturales tanto flora y fauna como parques ecológicos. Ya que ellas nos ayudan a mantener al equilibrio natural, por este método aspiramos a generar conciencia a los niños, jóvenes y adultos sea los propios pobladores o a los turistas que visiten el cantón Montufar. De igual manera nuestro fotolibro se lo realizara en un tamaño A4 ya que de esta manera tendremos una menor cantidad de desperdicio al momento de cortar el papel y no generamos demasiado impacto ambiental, además de que será fácil de transpórtalo y llamativo tanto como físico y por el contenido que conlleva nuestro producto y utilizaremos papel ecología para contribuir con el medio ambiente.

Impacto negativo.- Al ser un fotolibro impreso para este se empleara un papel normal tomando en cuenta que existirán hojas las cuales no pueden ser recicladas ya que existen papeles que por su elevado contenido de químicos no podrán volver a ser reutilizados, en cuanto a la impresión del fotolibro y de nuestro producto utilizamos tintas que afectan tanto al medio ambiente, pero considerar que al momento de la impresión la contaminación por parte de las tintas es mínima ya que finalmente se compensara de manera que al momento de motivar o generar conciencia en el lector en aspectos de conservación del medio ambiente ya que estos aspectos se tratara en nuestro producto.

4.02 Matriz de análisis de impacto de los objetivos

MATRIZ DE ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS							
Objetivos	**Impacto sobre el propósito**	**Factibilidad técnica**	**Factibilidad financiera**	**Factibilidad social**	**Factibilidad política**	**Total**	**Categoría**
Mayor circulación de habitantes	**5**	**5**	**5**	**5**	**5**	**25**	**Alta**
Mayor afluencia de turistas al cantón	**5**	**5**	**4**	**5**	**3**	**22**	**Alta**
Amplio destinos turísticos	**5**	**5**	**4**	**5**	**5**	**24**	**Alta**
Conocimiento del lugar	**5**	**5**	**4**	**5**	**3**	**22**	**Alta**
Áreas conservadas y con su respectivo cuidado a la naturaleza	**5**	**5**	**5**	**4**	**3**	**22**	**Alta**
Áreas naturales valoradas como destino turístico	**5**	**5**	**4**	**5**	**5**	**24**	**Alta**
					TOTAL	**139**	**Alta**

Tabla 2: Matriz de análisis de impacto

Elaborado: Jefferson Caicedo

4.03 Diagrama de Estrategias

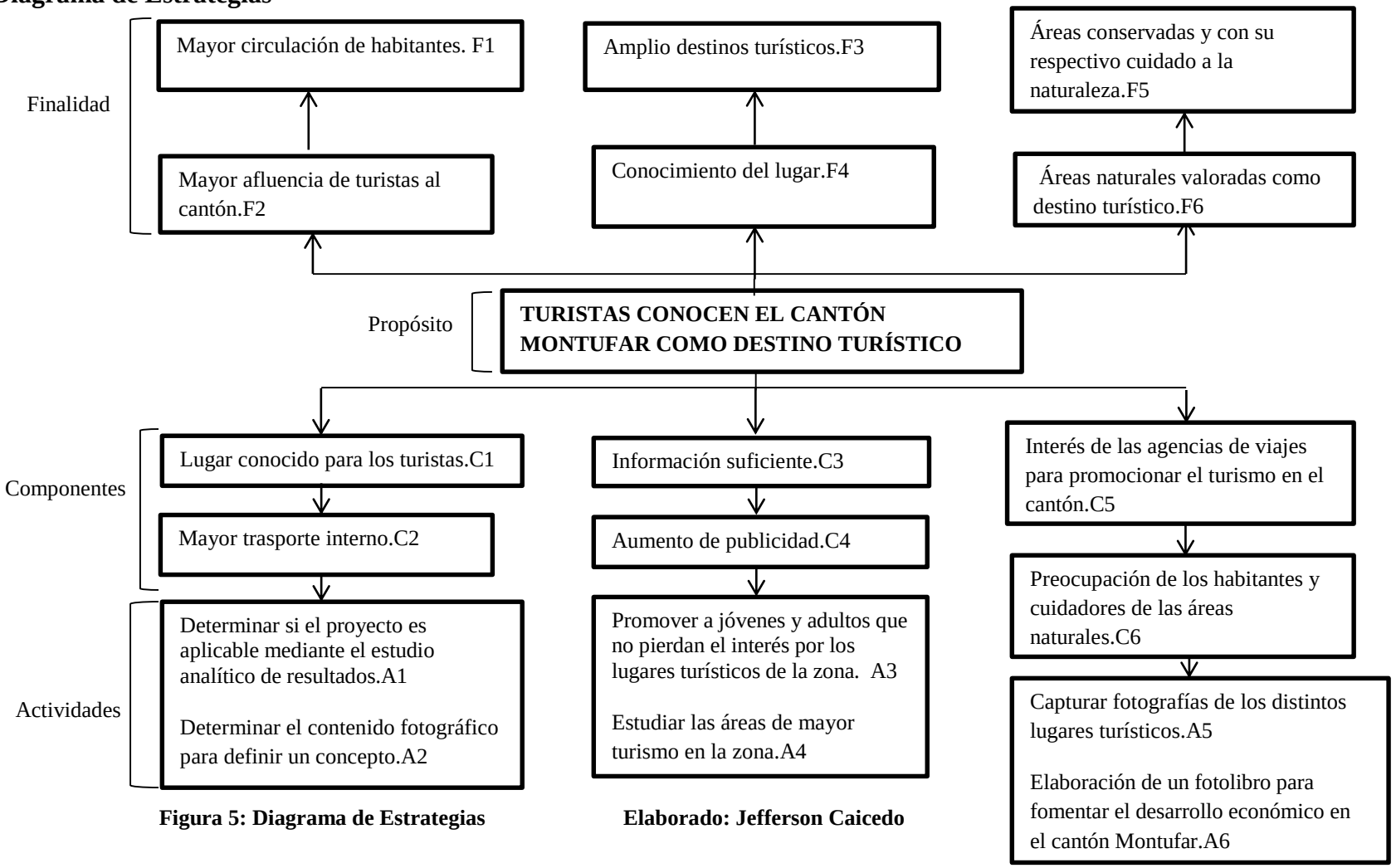


Figura 5: Diagrama de Estrategias **Elaborado: Jefferson Caicedo**

4.04 Construcción de la matriz de marco lógico

4.04.01 Revisión de los criterios para los indicadores

Nivel	Resumen narrativo	Indicador	Meta				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo social
Finalidad	F1.Mayor afluencia de turistas al cantón	El 60% de registros de ingresos de turistas al cantón	100	Alto	1 año	Cantón Montufar	Turistas
Finalidad	F2.Mayor circulación de habitantes	El 70% del registro de ingresos económicos al cantón	100	Alto	6 meses	Cantón Montufar	Habitantes Jóvenes y adultos
Finalidad	F3. Amplio destinos turísticos	Cantidad de publicidad realizada	3000 piezas graficas	Alto	10 meses	Cantón Montufar	Turistas
Finalidad	F4. Conocimiento del lugar	75% de información adecuada para los turistas	100	Medio	9 meses	Cantón Montufar	Turistas
Finalidad	F5. Áreas conservadas y con su respectivo cuidado a la naturaleza	El 80% de conocimiento de la conservación de los parques naturales.	100	Alto	2 año	Cantón Montufar	Habitantes Jóvenes y adultos
Finalidad	F6. Áreas naturales valoradas como destino turístico	El 70% de personas que conocen de la zona como un sitio turístico	100	Medio	1 año	Cantón Montufar	Turistas
Componentes	C1.Lugar conocido para los turistas	El 85% de la información es difundida de forma directa.	100	Alto	1 año	Cantón Montufar	Turistas
Componentes	C2.Mayor transporte interno	El 80% es identificar las unidades de transporte que existentes y su crecimiento al establecer el proyecto	100	Alto	1 año	Cantón Montufar	Turistas
Componentes	C3.Información suficiente	El 75% tiene buen manejo de publicidad hacia los turistas	100	Medio	1 año	Cantón Montufar	Turistas
Componentes	C4.Aumento de publicidad	El 80% tiene mayor crecimiento de publicidad para el cantón	100	Alto	1 año	Cantón Montufar	Turistas
Componentes	C5. Interés de las agencias de viajes para	El 85% tiende a mejorar las ganancias y promocionar al cantón	100	Alto	11 meses	Cantón Montufar	Turistas

	promocionar el turismo en el cantón						
Componentes	C6. Preocupación de los habitantes y cuidadores de las áreas naturales	El 90% de la zona tiene comunicación para llegar a tener un mejor turismo y en la conservación de sus riquezas naturales	100	Alto	1 año	Cantón Montufar	Turistas
Actividades	A1. Determinar si el proyecto es aplicable mediante el estudio analítico de resultados	Resultados de encuestas hacia personas en general	100	Medio	6 meses	Cantón Montufar	Turistas
Actividades	A2. Determinar el contenido fotográfico para definir un concepto	Disminución del 60% de información innecesaria	100	Alto	1 año	Cantón Montufar	Turistas
Actividades	A3. Promover a jóvenes y adultos que no pierdan el interés por los lugares turísticos de la zona	Generar un impacto positivo en jóvenes y adultas en el interés del cantón	100	Alto	9 meses	Cantón Montufar	Turistas
Actividades	A4. Estudiar las áreas de mayor turismo en la zona	Analizar los principales puntos que se generara mayor turismo en la zona	100	Alto	6 meses	Cantón Montufar	Turistas
Actividades	A5. Capturar fotografías de los distintos lugares turísticos	Fotografías de los lugares turísticos del cantón	100	Alto	10 meses	Cantón Montufar	Turistas
Actividades	A6. Elaboración de un fotolibro para fomentar el desarrollo económico en el cantón Montufar	Información sobre el desarrollo económico después de haber desarrollado el proyecto	100	Alto	1 año	Cantón Montufar	Turistas
Propósito	P1.Turistas conocen el cantón Montufar como destino turístico	Mayor ingreso de turistas al cantón Montufar	100	Alto	1 año	Cantón Montufar	Turistas

Tabla: Revisión de los criterios para los indicadores **Elaborado: Jefferson Caicedo**

4.04.02 Selección de Indicadores

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Clasificador de Indicador					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
Finalidad	F1.Mayor afluencia de turistas al cantón	El 60% de registros de ingresos de turistas al cantón	X	X	X			3	Medio
Finalidad	F2.Mayor circulación de habitantes	El 70% del registro de ingresos económicos al cantón	X	X		X	X	4	Alto
Finalidad	F3. Amplio destinos turísticos	Cantidad de publicidad realizada	X	X		X		3	Medio
Finalidad	F4. Conocimiento del lugar	75% de información adecuada para los turistas	X	X		X		3	Medio
Finalidad	F5. Áreas conservadas y con su respectivo cuidado a la naturaleza	El 80% de conocimiento de la conservación de los parques naturales.	X	X	X	X	X	5	Alto
Finalidad	F6. Áreas naturales valoradas como destino turístico	El 70% de personas que conocen de la zona como un sitio turístico	X	X	X	X	X	5	Alto
Componentes	C1.Lugar conocido para los turistas	El 85% de la información es difundida de forma directa.	X	X	X			3	Medio
Componentes	C2.Mayor transporte interno	El 80% es identificar las unidades de transporte que existentes y su crecimiento al establecer el proyecto	X	X	X	X	X	5	Alto
Componentes	C3.Información suficiente	El 75% tiene buen manejo de publicidad hacia los turistas	X	X		X	X	4	Alto
Componentes	C4.Aumento de publicidad	El 80% tiene mayor crecimiento de publicidad para el cantón	X	X	X		X	4	Alto
Componentes	C5. Interés de las agencias de viajes para promocionar el turismo en el cantón	El 85% tiende a mejorar las ganancias y promocionar al cantón	X	X	X			3	Medio
Componentes	C6. Preocupación de los habitantes y	El 90% de la zona tiene comunicación para llegar a	X	X			X	3	Medio

	cuidadores de las áreas naturales	tener un mejor turismo y en la conservación de sus riquezas naturales							
Actividades	A1. Determinar si el proyecto es aplicable mediante el estudio analítico de resultados	Resultados de encuestas hacia personas en general	**X**	**X**			**X**	**3**	**Medio**
Actividades	A2. Determinar el contenido fotográfico para definir un concepto	Disminución del 60% de información innecesaria	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**5**	**Alto**
Actividades	A3. Promover a jóvenes y adultos que no pierdan el interés por los lugares turísticos de la zona	Generar un impacto positivo en jóvenes y adultas en el interés del cantón	**X**	**X**			**X**	**3**	**Medio**
Actividades	A4. Estudiar las áreas de mayor turismo en la zona	Analizar los principales puntos que se generara mayor turismo en la zona	**X**	**X**		**X**	**X**	**4**	**Alto**
Actividades	A5. Capturar fotografías de los distintos lugares turísticos	Fotografías de los lugares turísticos del cantón	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**5**	**Alto**
Actividades	A6. Elaboración de un fotolibro para fomentar el desarrollo económico en el cantón Montufar	Información sobre el desarrollo económico después de haber desarrollado el proyecto	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**5**	**Alto**
Propósito	P1.Turistas conocen el cantón Montufar como destino turístico	Mayor ingreso de turistas al cantón Montufar	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**5**	**Alto**

A: Es claro C: Es tangible y se pueden observar E: Es representativo
B: Existe información disponible D: La tarea de recolectar datos está al alcance y no requiere expertos

Tabla: Selección de Indicadores **Elaborado: Jefferson Caicedo**

4.04.03 Medios de Verificación **Utilizamos los métodos de análisis Estadísticos o de Simple Verificación** **Elaborado: Jefferson Caicedo**

Nivel	Resumen narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuentes de información	Método de recolección	Medio de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
Finalidad	F1.Mayor afluencia de turistas al cantón	El 60% de registros de ingresos de turistas al cantón	Primaria	Encuesta	Estadístico	6 Meses	Departamento de turismo
Finalidad	F2.Mayor circulación de habitantes	El 70% del registro de ingresos económicos al cantón	Secundaria	Observación directa	Simple verificación	6 Meses	Investigador
Finalidad	F3. Amplio destinos turísticos	Cantidad de publicidad realizada	Secundaria	Observación directa	Simple verificación	6 Meses	Investigador
Finalidad	F4. Conocimiento del lugar	75% de información adecuada para los turistas	Primaria	Encuestas	Estadístico	6 Meses	Departamento de turismo
Finalidad	F5. Áreas conservadas y con su respectivo cuidado a la naturaleza	El 80% de conocimiento de la conservación de los parques naturales.	Primaria	Encuestas	Estadístico	6 Meses	Municipio del cantón
Finalidad	F6. Áreas naturales valoradas como destino turístico	El 70% de personas que conocen de la zona como un sitio turístico	Primaria	Encuestas	Estadístico	1 Año	Investigador
Componentes	C1.Lugar conocido para los turistas	El 85% de la información es difundida de forma directa.	Secundario	Observación directa	Simple verificación	6 Meses	Investigador
Componentes	C2.Mayor transporte interno	El 80% es identificar las unidades de transporte que existentes y su crecimiento al establecer el proyecto	Primaria	Encuestas	Estadístico	6 Años	Municipio
Componentes	C3.Información suficiente	El 75% tiene buen manejo de publicidad hacia los turistas	Secundaria	Observación directa	Simple verificación	6 Meses	Investigador

Componentes	C4.Aumento de publicidad	El 80% tiene mayor crecimiento de publicidad para el cantón	Secundaria	Observación directa	Simple verificación	6 Meses	Investigador
Componentes	C5. Interés de las agencias de viajes para promocionar el turismo en el cantón	El 85% tiende a mejorar las ganancias y promocionar al cantón	Secundaria	Observación directa	Simple verificación	6 Meses	Investigador
Componentes	C6. Preocupación de los habitantes y cuidadores de las áreas naturales	El 90% de la zona tiene comunicación para llegar a tener un mejor turismo y en la conservación de sus riquezas naturales	Primaria	Encuestas	Estadístico	6 Meses	Municipio
Actividades	A1. Determinar si el proyecto es aplicable mediante el estudio analítico de resultados	Resultados de encuestas hacia personas en general	Primaria	Encuesta	Estadístico	6 Meses	Investigador
Actividades	A2. Determinar el contenido fotográfico para definir un concepto	El 60% de información innecesaria	Primaria	Encuesta	Estadístico	6 Meses	Investigador
Actividades	A3. Promover a jóvenes y adultos que no pierdan el interés por los lugares turísticos de la zona	Generar un impacto positivo en jóvenes y adultas en el interés del cantón	Primaria	Encuesta	Estadístico	6 Meses	Investigador
Actividades	A4. Estudiar las áreas de mayor turismo en la zona	Analizar los principales puntos que se generara mayor turismo en la zona	Secundario	Observación directa	Simple verificación	6 Meses	Investigador
Actividades	A5. Capturar fotografías de los distintos lugares turísticos	Fotografías de los lugares turísticos del cantón	Primaria	Encuestas	Estadístico	6 Meses	Investigador
Actividades	A6. Elaboración de un fotolibro para fomentar el desarrollo económico en el cantón Montufar	Información sobre el desarrollo económico después de haber desarrollado el proyecto	Secundaria	Observación directa	Simple verificación	6 Meses	Investigador
Propósito	P1.Turistas conocen el cantón Montufar como destino turístico	Mayor ingreso de turistas al cantón Montufar	Secundaria	Observación directa	Simple verificación	6 Meses	Investigador

4.04.04 Supuestos

Nivel	Resumen narrativo	Supuestos	Fuerzas de riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Finalidad	F1.Mayor afluencia de turistas al cantón	Información No exacta	X		X		
Finalidad	F2.Mayor circulación de habitantes	Información privada	X		X		
Finalidad	F3. Amplio destinos turísticos	Mínima publicidad de los lugares turísticos	X		X		
Finalidad	F4. Conocimiento del lugar	Mala información de terceros	X		X		
Finalidad	F5. Áreas conservadas y con su respectivo cuidado a la naturaleza	Personal realiza su trabajo de manera ineficiente	X		X		
Finalidad	F6. Áreas naturales valoradas como destino turístico	Agencias turísticas no promocionan al cantón			X		
Componentes	C1.Lugar conocido para los turistas	Deficiente información que ayude a persuadir a los turistas	X		X		
Componentes	C2.Mayor transporte interno	Escaso servicio de cooperativas de transportes públicos en el cantón	X		X		
Componentes	C3.Información suficiente	Escasas herramientas de comunicación	X		X		
Componentes	C4.Aumento de publicidad	Información difundida de forma inadecuada			X		
Componentes	C5. Interés de las agencias de viajes para promocionar el turismo en el cantón	Desinterés por promocionar al cantón	X		X		
Componentes	C6. Preocupación de los habitantes y cuidadores de las áreas naturales	Escasa colaboración entre autoridades y la comunidad para su debida conservación	X	X	X	X	X
Actividades	A1. Determinar si el proyecto es aplicable mediante el estudio analítico de resultados	Información no precisa	X		X		X

Actividades	A2. Determinar el contenido fotográfico para definir un concepto	Dificultades con el invierno y no permita tomar las fotografías adecuadas	X		X		
Actividades	A3. Promover a jóvenes y adultos que no pierdan el interés por los lugares turísticos de la zona	Desinterés por estudiantes y profesionales en el estudio de la zona	X		X	X	
Actividades	A4. Estudiar las áreas de mayor turismo en la zona	Cambios climáticos en la zona	X		X	X	
Actividades	A5. Capturar fotografías de los distintos lugares turísticos	Poco apoyo por autoridades de la zona	X		X	X	
Actividades	A6. Elaboración de un fotolibro para fomentar el desarrollo económico en el cantón Montufar	Grupo objetivo desinteresado en conocer nuevos lugares	X		X		X
Propósito	P1.Turistas conocen el cantón Montufar como destino turístico	Turistas prefieren visitar otros destinos turísticos	X	X	X	X	

Tabla: Supuestos **Elaborado: Jefferson Caicedo**

4.04.05 Matriz de Marco Lógico

Resumen narrativo	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
Fines			
F1.Mayor afluencia de turistas al cantón	**F.1.1** El 60% de registros de ingresos de turistas al cantón	**F1.1.1** encuesta Estadístico	**F1.1.1.1** Información No exacta
F2.Mayor circulación de habitantes	**F2.2** El 70% del registro de ingresos económicos al cantón	**F2.2.2.**Observación directa Simple verificación	**F2.2.2.2.**Información privada
F3. Amplio destinos turísticos	F3.3 Cantidad de publicidad realizada	**F3.3.3.**Observación directa Simple verificación	**F3.3.3.3.**Mínima publicidad de los lugares turísticos
F4. Conocimiento del lugar	**F4.4** 75% de información adecuada para los turistas	**F4.4.4.**Observación directa Simple verificación	**F4.4.4.4.**Mala información de terceros
F5. Áreas conservadas y con su respectivo cuidado a la naturaleza	**F5.5** El 80% de conocimiento de la conservación de los parques naturales.	**F5.5.5.**Observación directa Simple verificación	**F5.5.5.5.**Personal realiza su trabajo de manera ineficiente
F6. Áreas naturales valoradas como destino turístico	**F6.6** El 70% de personas que conocen de la zona como un sitio turístico	**F6.6.6.**Observación directa Simple verificación	**F6.6.6.6.**Agencias turísticas no promocionan al cantón
Propósito			
P1. Turistas conocen el cantón Montufar como destino turístico	**P1.1** Mayor ingreso de turistas al cantón Montufar	**P1.1.1.** Observación directa Simple verificación	**P1.1.1.1.** Turistas prefieren visitar otros destinos turísticos
Componentes			
C1. Lugar conocido para los turistas	**C1.1.**El 85% de la información es difundida de forma directa.	**C1.1.1.**Observación directa Simple verificación	**C1.1.1.1.**Deficiente información que ayude a persuadir a los turistas
C2. Mayor transporte interno	**C2.2.**El 80% es identificar las unidades de transporte que existentes y su crecimiento al establecer el proyecto	**C2.2.2.**Encuesta Estadístico	**C2.2.2.2.**Escaso servicio de cooperativas de transportes públicos en el cantón

C3. Información suficiente	**C3.3.**El 75% tiene buen manejo de publicidad hacia los turistas	**C3.3.3.**Observación directa Simple verificación	
C4. Aumento de publicidad	**C4.4.** El 80% tiene mayor crecimiento de publicidad para el cantón	**C4.4.4.** Observación directa Simple verificación	**C4.4.4.4.** Información difundida de forma inadecuada
C5. Interés de las agencias de viajes para promocionar el turismo en el cantón	**C5.5.** El 85% tiende a mejorar las ganancias y promocionar al cantón	**C5.5.5.** Observación directa Simple verificación	**C5.5.5.5.** Desinterés por promocionar al cantón
C6. Preocupación de los habitantes y cuidadores de las áreas naturales	**C6.6.** El 90% de la zona tiene comunicación para llegar a tener un mejor turismo y en la conservación de sus riquezas naturales	**C6.6.6.** Encuesta Estadístico	**C6.6.6.6.** Escasa colaboración entre autoridades y la comunidad para su debida conservación
Actividades			
A1. Determinar si el proyecto es aplicable mediante el estudio analítico de resultados	**A1.1.** Resultados de encuestas hacia personas en general	**A1.1.1.** Encuesta Estadístico	**A1.1.1.1.** Información no precisa
A2. Determinar el contenido fotográfico para definir un concepto	**A2.2.** Disminución del 60% de información innecesaria	**A2.2.2.** Encuesta Estadístico	**A2.2.2.2.** Dificultades con el invierno y no permita tomar las fotografías adecuadas
A3. Promover a jóvenes y adultos que no pierdan el interés por los lugares turísticos de la zona	**A3.3.** Generar un impacto positivo en jóvenes y adultas en el interés del cantón	**A3.3.3.** Encuesta Estadístico	**A3.3.3.3.** Desinterés por estudiantes y profesionales en el estudio de la zona
A4. Estudiar las áreas de mayor turismo en la zona	**A4.4.** Analizar los principales puntos que se generara mayor turismo en la zona	**A4.4.4.** Observación directa Simple verificación	**A4.4.4.4.** Cambios climáticos en la zona
A5. Capturar fotografías de los distintos lugares turísticos	**A5.5.** Fotografías de los lugares turísticos del cantón	**A5.5.5.** Encuesta Estadístico	**A5.5.5.5.** Poco apoyo por autoridades de la zona
A6. Elaboración de un fotolibro para fomentar el desarrollo económico en el cantón Montufar	**A6.6.** Información sobre el desarrollo económico después de haber desarrollado el proyecto	**A6.6.6.** Observación directa Simple verificación	**A6.6.6.6.** Grupo objetivo desinteresado en conocer nuevos lugares

CAPÍTULO V

LA PROPUESTA

5.01 Antecedentes de la herramienta del perfil de la propuesta.

5.01.01 Diseño Editorial

El diseño editorial es la estructura y composición que forma a libros, revistas, periódicos, catálogos, caratulas, volantes, afiches, entre otros. Es la rama del diseño gráfico que se especializa en la estética y diseño de tanto el interior como el exterior de textos. Se podría decir metafóricamente que el diseño editorial es la arquitectura de éstos. Cada tipo de publicación tiene necesidades de comunicación particulares.

Hay varios tipos de diseño editorial únicos para cada tipo de publicación, por lo cual se requiere de un profesional que conozca a fondo cada una de estas composiciones. El objetivo es alcanzar un equilibro simétrico entre el texto y la parte gráfica. Para lograr un diseño editorial profesional.

Es el diseño editorial el que va a atraer a lectores potenciales a que se vuelvan compradores. Elementos tales como la portada, contratapa, solapas, faja, sobrecubierta, lomo y título hacen parte de la primera impresión que se lleva una persona de la publicación y serán factores decisivos para que se realice la compra. Aunque el contenido es sumamente importante, es el diseño editorial lo que hace que una publicación sea destacada sobre las demás.

Un excelente diseño editorial radica en lograr una unidad armónica y comunicativa entre el interior, exterior y contenido del texto. A la hora de generar un diseño editorial, Ascenso Creativos es consciente de los elementos básicos para producir un resultado impecable. Trabajamos en conjunto con nuestro cliente y por eso es indispensable diseñadores profesionales para lograr un producto final que abarque todos los elementos y de cómo resultado una publicación exitosa tanto en su contenido como en su estética.

5.1.1 Adobe Illustrator

Es un editor de gráficos vectoriales en forma de taller de arte que trabaja sobre un tablero de dibujo, conocido como mesa de trabajo y está destinado a la creación artística de dibujo y pintura para ilustración (ilustración como rama del arte digital aplicado a la ilustración técnica o el diseño gráfico, entre otros). Es desarrollado y comercializado por Adobe Systems y constituye su primer programa oficial de su tipo en ser lanzado por ésta compañía definiendo en cierta manera el lenguaje gráfico contemporáneo mediante el dibujo vectorial. Adobe Illustrator contiene opciones creativas, un acceso más sencillo a las herramientas y una gran versatilidad para producir rápidamente gráficos flexibles cuyos usos se dan en (maquetación-publicación) impresión, vídeo, publicación en la Web y dispositivos móviles. Las impresionantes ilustraciones que se crean con este programa le han dado una fama de talla mundial a esta aplicación de manejo vectorial entre artistas gráficos digitales de todo el planeta, sin embargo, el hecho de que hubiese sido lanzado en un principio para ejecutarse solo con el sistema operativo Macintosh y que su manejo no resultara muy intuitivo para las personas con muy poco trasfondo en manejo de herramientas tan avanzadas afectó la aceptación de éste programa entre el público general de algunos países. (**http://es.wikipedia.org/wiki/Adobe_Illustrator)**

5.1.2 Adobe Photoshop

Adobe Photoshop es un editor de gráficos rasterizados desarrollado por Adobe Systems. Usado principalmente para el retoque de fotografías y gráficos, su nombre en español significa literalmente taller de fotos. Es líder mundial del mercado de las aplicaciones de edición de imágenes y domina este sector de tal manera que su nombre es ampliamente empleado como sinónimo para la edición de imágenes en general.

(**http://www.significados.com/photoshop/)**

5.1.3 Fotografía

La fotografía es el arte y la técnica de obtener imágenes duraderas debidas a la acción de la luz. Es el proceso de proyectar imágenes y capturarlas, bien por medio del fijado en un medio sensible a la luz o por la conversión en señales electrónicas. Basándose en el principio de la cámara oscura, se proyecta una imagen captada por un pequeño agujero sobre una superficie, de tal forma que el tamaño de la imagen queda reducido. Para capturar y guardar esta imagen, las cámaras fotográficas utilizan película sensible para la fotografía analógica, mientras que en la fotografía digital, se emplean sensores CCD, CMOS y memorias digitales. Este término sirve para denominar tanto al conjunto del proceso de

obtención de esas imágenes como a su resultado: las propias imágenes obtenidas o fotografías. (**http://definicion.de/fotografia/)**

5.1.4 Adobe InDesign

El diseño editorial es la rama del diseño gráfico dedicada al diseño, maquetación y composición de publicaciones tales como revistas, periódicos o libros.

El profesional debe tener en cuenta el impacto e innovación de los diseños de tapas, dándole importancia a la síntesis semántica para que dentro de una gran gama de productos su creación resalte en cuestión de segundos.

El contenido es sumamente importante, es el diseño editorial lo que hace que una publicación sea destacada sobre las demás. Ha sido demostrado que las personas se basan en lo que observan en la tapa, contratapa y solapas para comprar una publicación de un autor o título desconocido. En la mente del comprador el exterior de la publicación está atado al contenido del libro. Es por esto que es fundamental que la parte exterior del texto refleje de manera atractiva el contenido de la publicación que representa. Asimismo, una tapa que sea llamativa pero no represente el contenido puede prestarse para confusión. El público objetivo es otro elemento determinante para la publicación. Antes de llevar a cabo

el diseño editorial se debe tener en cuenta este elemento ya que no es lo mismo una revista para chicas adolescentes que una para un hombre empresario. Cada tipo de publicación tiene sus especificaciones desde lo estético hasta el contenido. Hay que especificar a que tipo de público va dirigida la publicación y de esta manera cautivar su interés considerando aspectos sociales, culturales y de género. De esta manera apelar a los gustos de diferentes públicos objetivo. En gran medida el aspecto de la publicación depende del público objetivo.

Un excelente diseño editorial radica en lograr una unidad armónica y comunicativa entre el interior, exterior y contenido del texto. A la hora de generar un diseño editorial, Ascenso Creativos es consciente de los elementos básicos para producir un resultado impecable. Trabajamos en conjunto con nuestro cliente y por eso es indispensable diseñadores profesionales para lograr un producto final que abarque todos los elementos y de cómo resultado una publicación exitosa tanto en su contenido como en su estética.

(http://es.wikipedia.org/wiki/Adobe_InDesign)

5.1.4.1 Historia del Diseño Editorial

Para comprender la evolución del diseño de publicaciones hasta el desarrollo actual es necesario considerar en primer lugar el concepto de grilla o retícula editorial. Se trata del esquema que se utiliza para componer una pieza editorial, que consiste en la organización del pliego teniendo en cuenta distintos elementos, como los márgenes, la zona a imprimir

(mancha) y las columnas. La grilla permite ubicar la información y las imágenes para darles una forma coherente. A partir de este orden el diseñador puede desarrollar el diseño específico de cada publicación con plena libertad. La grilla, entonces, es una guía útil para el diseñador y también para el lector, ya que facilita la legibilidad.

El diseño editorial se desarrolló a partir del Renacimiento mediados del siglo XV con la invención de la imprenta de tipos móviles, que produjo una revolución cultural. Sin embargo, podemos afirmar que ya desde tiempos antiguos el hombre recurrió a formas de diseño para conservar la información por escrito. A la hora de escribir se utilizaron primero placas regulares de arcilla o piedra. Luego, se emplearon rectángulos de papiro para los manuscritos, y ya para entonces se estableció escribir siguiendo líneas rectas y márgenes, recién en el siglo XX hubo una renovación significativa en el diseño editorial.

Ésta se produjo gracias a los aportes de la Bauhaus, escuela alemana de diseño, arte y arquitectura fundada en 1919, desde donde se experimentó con el uso asimétrico de la retícula.

La propuesta novedosa permitió salir de la monotonía de los diseños, si bien en la práctica este empleo asimétrico de la grilla resultó caro y complejo, sólo accesible para ediciones elitistas. Los diseñadores de esta escuela fueron los que por primera vez desde la época de los copistas produjeron composiciones con indicaciones de diseño detalladas, independientemente de las pautas convencionales de las imprentas.

Habría que esperar hasta los años ’80 para que apareciera el primer manual sobre grillas, llamado Sistemas de retícula. A la vez desarrollaron para entonces programas especiales para el diseño editorial y la fotocomposición (técnica de composición de textos mediante un proceso fotográfico) que permitieron a los diseñadores tener el poder de decisión sobre el formato de las publicaciones.

Actualmente el diseño editorial ha adquirido una gran importancia y se ha desarrollado enormemente debido a la competencia entre medios gráficos y audiovisuales. Las publicaciones necesitan presentar una diagramación atractiva para sobresalir entre los demás medios de comunicación.

(http://alejandralmiron.fullblog.com.ar/diseno-editorial.html)

5.1.5 Turismo

Según la Organización Mundial del Turismo, el turismo consiste en los viajes y estancias que realizan personas en lugares distintos a su entorno habitual, por un período mínimo de un pernocte una noche de estadía como unidad y como máximo 365 días, por ocio, negocios u otros motivos.

Se define el turismo como el conjunto de viajes realizados por placer o por motivos comerciales o profesionales y otros análogos, durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal. No son turismo los viajes realizados para trasladarse al lugar de trabajo.

Pero 1942 dicen que el turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no están motivados por una actividad lucrativa.

(http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo)

5.1.6 Diseño Editorial en el Turismo

Hoy en día el mercado turístico se encuentra en una constante expansión ligada al crecimiento económico y la mejora en la calidad de vida de las sociedades. Sea por vacaciones o por negocios, el turismo se ha convertido en una fuente excesiva de consumo, de la cual nadie quiere quedar fuera.

El medio más importante a la hora de estimular al receptor del mensaje es la percepción visual. La importancia de la vista está aparte de que es inmediata y práctica, en que nos rememora imágenes y provoca asociaciones emocionales, que a su vez se mezclan con nuevas percepciones creando infinitos deseos, transportando así al espectador al lugar fotografiado y de esta manera el diseño editorial en el turismo hará un impacto importante en los turistas ya que de esta manera se dará a conocer y se incentivará al turismo interno.

(http://www.domestika.org/es/forums/9-diseno/topics/13450-diseno-editorial-para-libro-turistico)

(http://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o_editorial)

(http://ascensocreativos.com/diseno-editorial/)

5.02 Descripción de la herramienta

Para la creación del fotolibro, para la creación del logotipo utilizamos el programa Adobe Illustrator ya que este programa nos es de gran ayuda ya que podemos realizar con eficacia y precisión nuestro logotipo, para los retoques fotográficos lo realizamos en el programa Adobe Photoshop ya que este programa es especializado en todo lo que es imágenes y este nos ayudara para tener unas imágenes de buena calidad y por último en el programa Adobe InDesign ayudara a creación y maquetación de nuestro fotolibro ya que es el programa adecuado para ello ya que podemos incrustar imágenes y a su vez trabajar con texto.

Para la toma de las fotografías utilizamos la cámara Sony Cyber-Shot (DSC-HX1) ya que es una cámara semi-profecional ya que podemos controlar le Iso y el Diafragma para una mayor calidad en las fotografías, para a creación de nuestro producto utilizamos una computadora Toshiba con el sistema operativo Windows 7.

Encuesta

Realizamos esta encuesta para obtener datos importantes del cantón Montufar y para poder tomar una decisión en la creación de un fotolibro turísticos para mayor comodidad del turista.

1.-Está usted de acuerdo en la creación de un fotolibro para el cantón Montufar?

SI NO

2.-Cree usted que tendrá acogida dicho producto?

SI NO

3.-Con qué frecuencia usted realiza turismo dentro del cantón Montufar?

SEMANAL MENSUAL ANUAL

4.-Está de acuerdo en que los lugares turísticos tengan un mejor cuidado para su conservación?

SI NO

5.-Conoce usted todos los atractivos turísticos que tiene el cantón Montufar?

SI NO

6.-Por qué usted preferiría visitar el cantón Montufar?

Atractivos turísticos Gastronomía

7.-Qué precio estaría dispuesto a pagar por nuestro fotolibro?

6,00 8,00 10,00

8.-Con que elemento usted representaría al cantón Montufar para la creación de su logotipo?

Plantas Animales Otros

9.-Está de acuerdo que para el fotolibro se utilice papel ecológico?

SI NO

10.-Con qué frecuencia llegan turistas al cantón Montufar

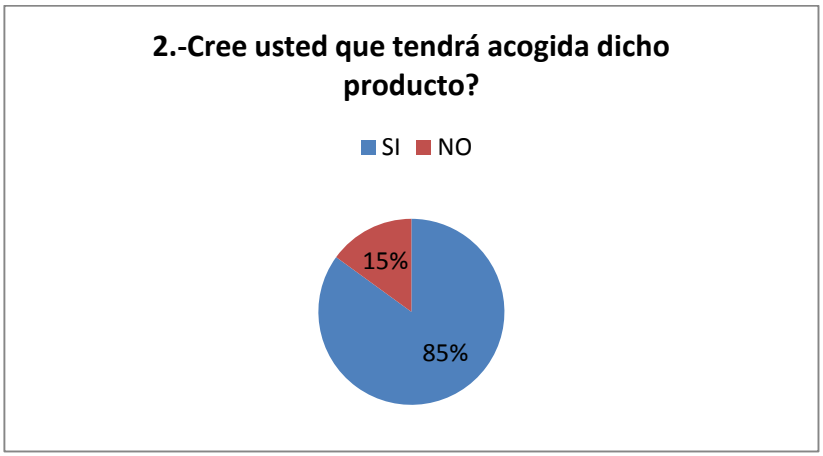
SEMANAL MENSUAL ANUAL

Tabulación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Validos				
Si	349	95%	95%	95%
No	39	5%	5%	100%
Total	388	100%	100%	100%

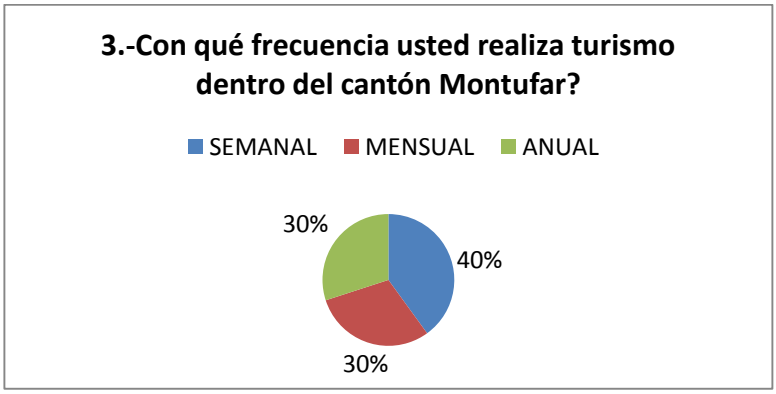
Análisis: De las personas encuestadas el 90% están de acuerdo en la creación de un fotolibro para el cantón y el 10% no están de acuerdo porque creen que no es necesario dicho producto.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Validos				
Si	329	85%	85%	85%
No	59	15%	15%	100%
Total	388	100%	100%	100%



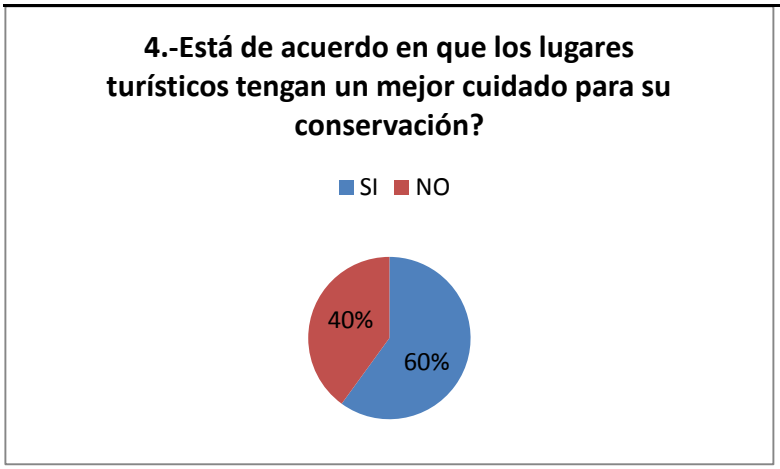
Análisis: De las personas encuestadas el 85% creen en que el fotolibro tendrá cogida por los turistas y el 15% piensa que no serviría de nada ara el cantón.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Validos				
Semanal	156	40%	40%	40%
Mensual	116	30%	30%	70%
Anual	116	30%	30%	100%
Total	388	100%	100%	100%



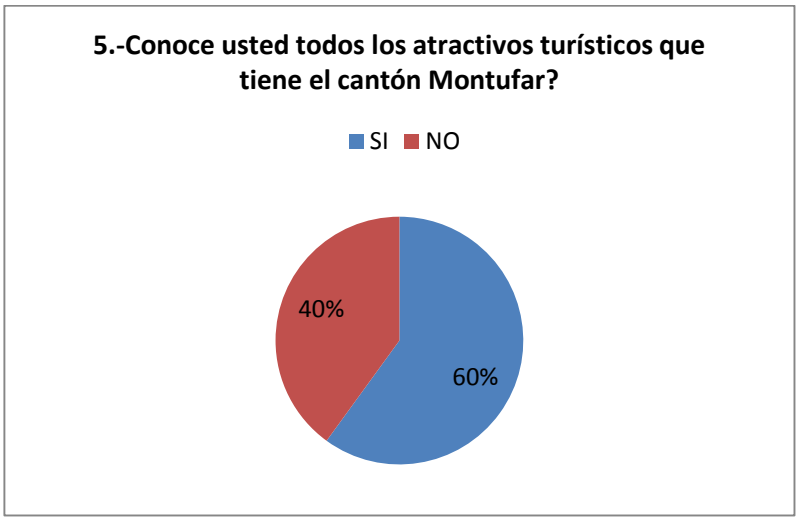
Análisis: De las personas encuestadas el 40% visita los lugares turísticos semanalmente en el cantón, el 30% lo realiza mensualmente y el otro 30% lo realiza anualmente.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Validos				
Si	233	60%	60%	60%
No	155	40%	40%	100%
Total	388	100%	100%	100%



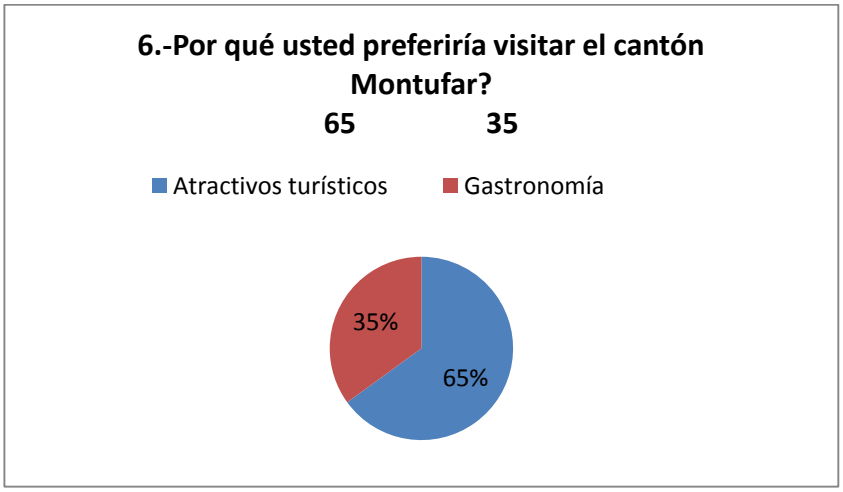
Análisis: El 60% de las personas encuestadas están en acuerdo en que se cuide los lugares turísticos del cantón y el 40% piensa que es un gasto innecesario para los lugares turísticos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Validos				
Si	233	60%	60%	60%
No	155	40%	40%	100%
Total	388	100%	100%	100%



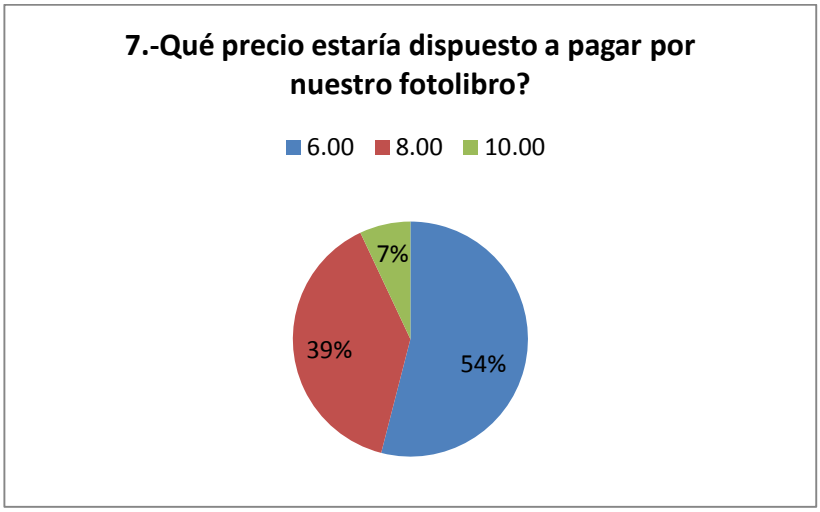
Análisis: De las personas encuestadas el 60% conoce la gran parte de los atractivos turísticos del cantón y el 40% no tiene mucho conocimiento de las maravillas que tiene el cantón Montufar.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Validos				
Si	252	65%	65%	65%
No	136	35%	35%	100%
Total	388	100%	100%	100%



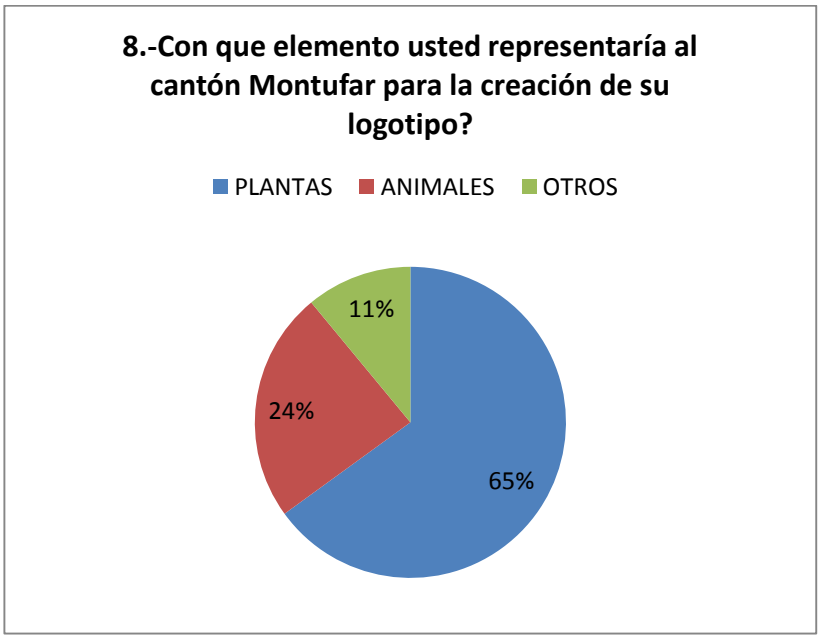
Análisis: El 65% de los encuestados cree que los lugares turísticos del cantón Montufar no son únicos y hermosos pero el 35% piensa que su gastronomía es su mejor opción para visitar el cantón Montufar.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Validos				
6,00	210	54%	54%	54%
8,00	151	39%	39%	93%
10,00	27	7%	7%	100%
Total	388	100%	100%	100%



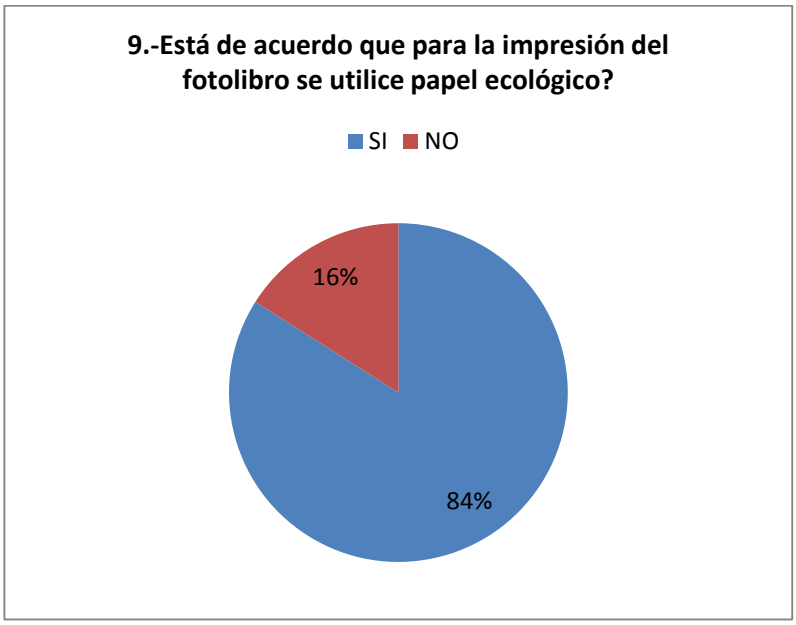
Análisis: De las personas encuestadas el 54% es dispuesto a pagar por el producto de 6$, el 39% el precio de 8$ y el 7% pagaría el precio de 10$ por un producto de buena calidad.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Validos				
Plantas	252	65%	65%	65%
Animales	93	24%	24%	89%
Otros	43	11%	11%	100%
Total	388	100%	100%	100%



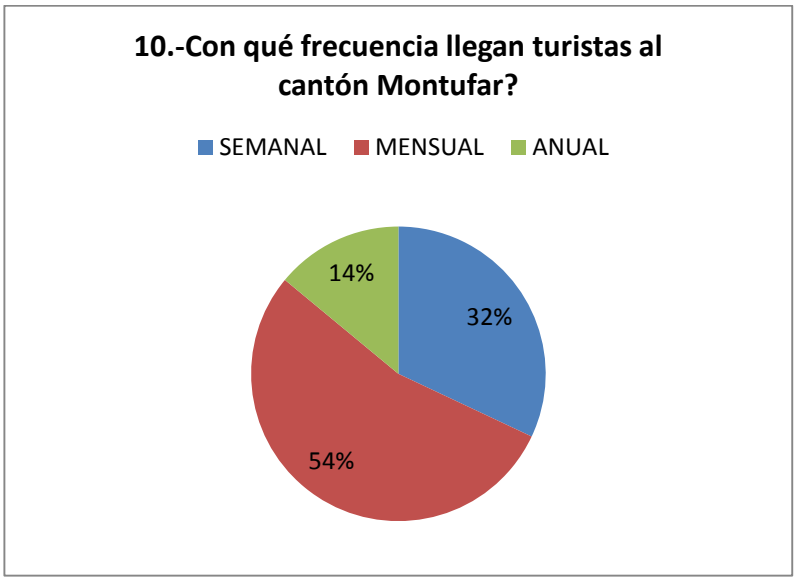
Análisis: De los encuestados el 65% prefiere mirar en el logotipo del producto plantas ya que el producto de trata de lugares naturales de la zona, el 24% animales y el 11% prefiere ver otro tipo de elemento.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Validos				
Si	326	84%	84%	84%
No	62	16%	16%	100%
Total	388	100%	100%	100%



Análisis: De las personas encuestadas el 84% está de acuerdo en utilizar este tipo de papel y contribuir con el medio ambiente y el 16% piensa que no sería de buena calidad el producto.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Validos				
Semanal	124	32%	32%	32%
Mensual	210	54%	54%	86%
Anual	54	14%	14%	100%
Total	388	100%	100%	100%



Análisis: de las personas encuestadas piensan que los turistas llegan 32% semanalmente, el 54% mensualmente y el 14% anualmente o feriados que existen durante el año.

- **Planificación**
- **Propósito del proyecto**

Este proyecto tiene como propósito el incentivar a jóvenes y adultos a visitar dicho cantón a sus lugares turísticos ya que mediante este fotolibro habrá una mayor conexión entre turistas y el cantón, manera en la cual se quiere rescatar el turismo de la zona.

- **Tipo de publicación**

Esta producto será un fotolibro para generar una mayor atención del turista generando un impacto visual y asi poder incrementar el turismo, además como se trata de rescatar el turismo en la zona ya que con el pasar del tiempo se ido perdiendo, fue la mejor decisión en crear dicho fotolibro.

- **Temática**

Nuestra temático será un fotolibro baso en el turismo natural aunque además de ello hablaremos un poco de la historia del cantón Montufar para que conozcan más de este destino turístico.

- **Formato**

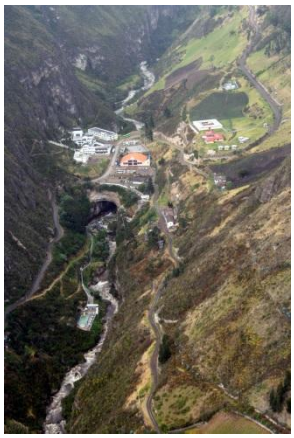
Este fotolibro lo realizaremos en un formato A4 ya que será elegante y a su vez fácil de transportarlo, además su contenido fotográfico y el texto tendrán una mayor legibilidad al momento de su lectura o simplemente para observar sus fotografías.

- **Número de Páginas**

El fotolibro tendrá 113 páginas donde recopilaremos la información importante y que llegue al turista de forma directa, creando un impacto tanto visual como emocional, estas páginas contendrán material de buena calidad.

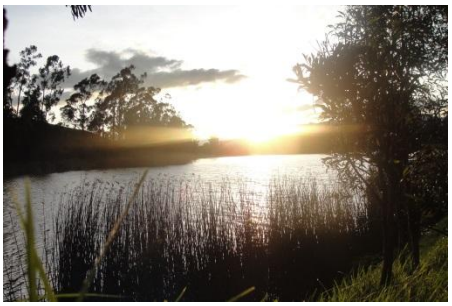
- **Desarrollo**
- **Mapa de contenido**

Índice de imágenes



ELABORACIÓN DE UN FOTOLIBRO PARA DAR A CONOCER LAS ATRACCIONES TURÍSTICAS NATURALES EN EL SECTOR DE SAN GABRIEL CANTÓN MONTUFAR PROVINCIA DEL CARCHI.

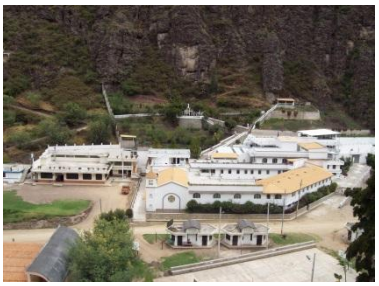
Tomado por Jefferson Caicedo Cámara Sony Cyber-Shot (DSC-HX1)

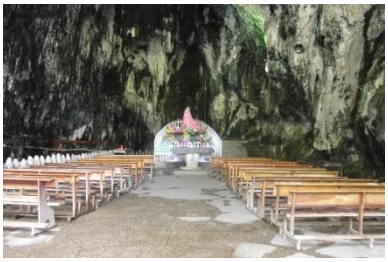


Tomado por Jefferson Caicedo Cámara Sony Cyber-Shot (DSC-HX1)

Tomado por Jefferson Caicedo Cámara Sony Cyber-Shot (DSC-HX1)

Tomado por Jefferson Caicedo **Cámara Sony Cyber-Shot (DSC-HX1)**

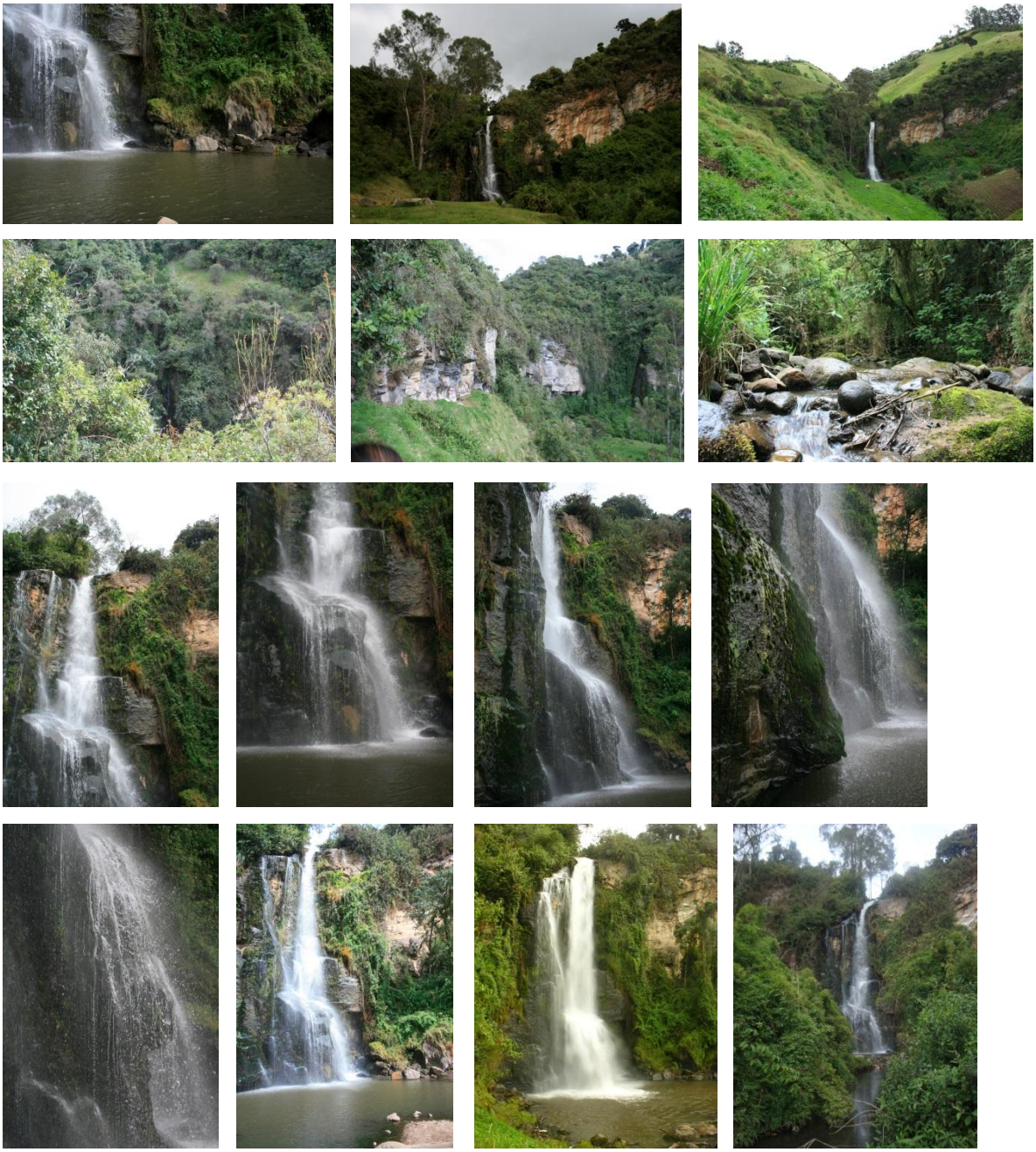




Tomado por Jefferson Caicedo Cámara Sony Cyber-Shot (DSC-HX1)

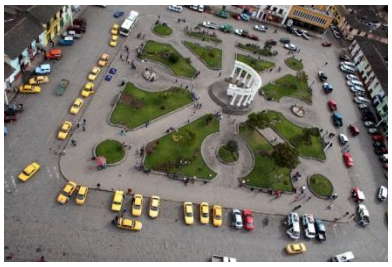
Tomado por Jefferson Caicedo Cámara Sony Cyber-Shot (DSC-HX1)

Tomado por Jefferson Caicedo Cámara Sony Cyber-Shot (DSC-HX1)



Tomado por Jefferson Caicedo Cámara Sony Cyber-Shot (DSC-HX1)

Tomado por Jefferson Caicedo Cámara Sony Cyber-Shot (DSC-HX1)



Tomado por Jefferson Caicedo Cámara Sony Cyber-Shot (DSC-HX1)

Tomado por Jefferson Caicedo Cámara Sony Cyber-Shot (DSC-HX1)

Tomado por Jefferson Caicedo **Cámara Sony Cyber-Shot (DSC-HX1)**

- **Estilos**

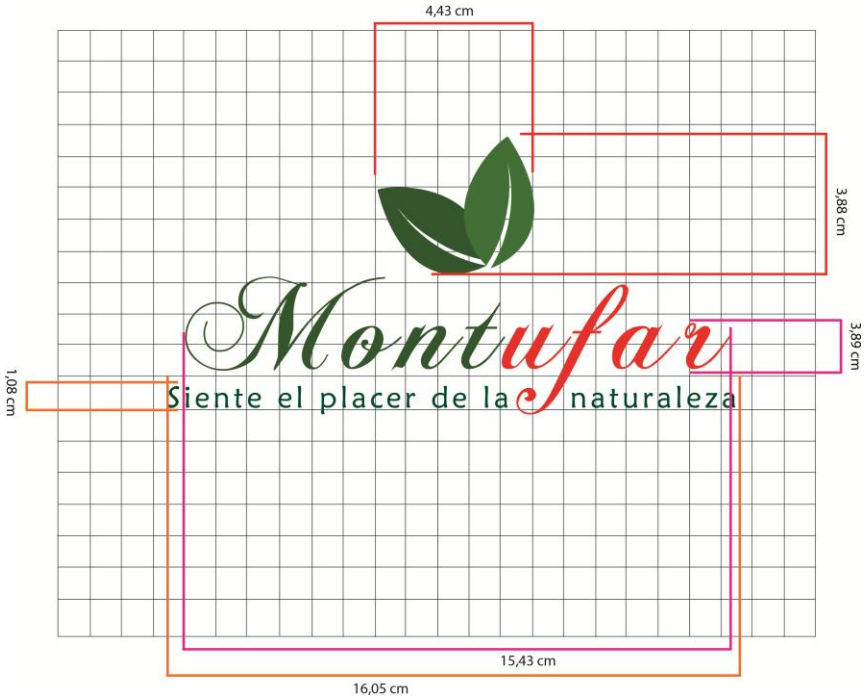
Estilo	Descripción	Familia tipográfica
Títulos	Monotype Corsiva	*Abcdefghijklmnmopqrstuvwxzy* *ABCDEFGHIJKLMNMOPQRSTUVWXZY* *1234567890 -_ ¨*[]{}¡?=()/&%$#"!*
Cuerpo de texto	Arial Rounded MT Bold	**abcdefghijklmnmopqrstuvwxzy** **ABCDEFGHIJKLMNMOPQRSTUVWXZY** **1234567890 .,-_¨*[]{}¡?=()/&%$#"!**
Titulo para las paginas	Chopin script	abcdefghijklmnmopqrstuvwxzy ABCDEFGHIJKLMNMOPQRSTUVWXZY 1234567890 .,-_¨*[ ]¡?=( ) / & % $ # " !

- **Paginas master o retículas**

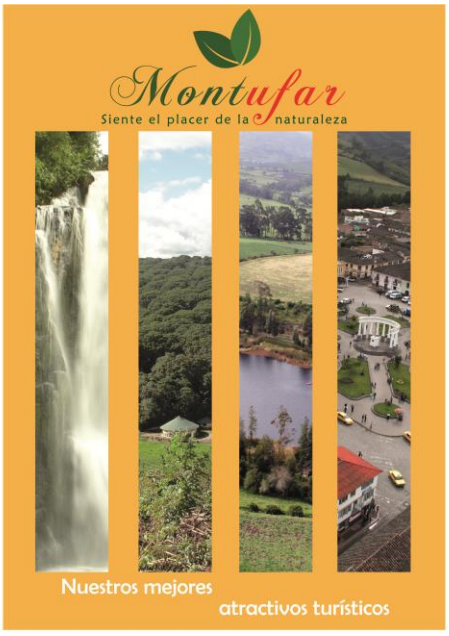
- **Diagramación**

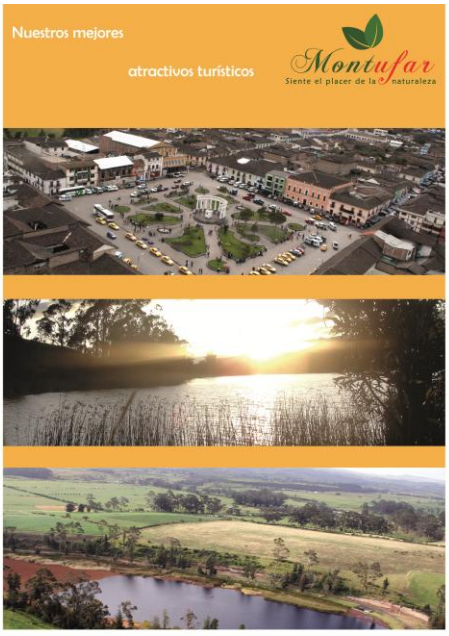
La diagramación de nuestro fotolibro se lo realizara en el programa Adobe InDesign en un formato de 21cm por 29,7cm por el motivo que sea fácil de transportarlo ya que su contenido fotográfico y su texto se legible para los turistas.

- **Imagen Corporativa**



- **Portada**

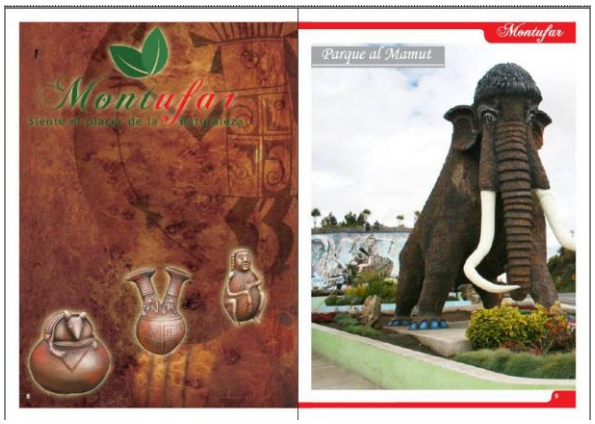




- **Maquetación**

- **Pre-prensa**

- **Prensa**


Montufar
Siente el placer de la naturaleza
Montufar
Parque al Mamut

Montufar
Montufar
Reseña historica

Montufar
Montufar

Montufar
Montufar
Cantón Montufar

Post Prensa

- **Materiales**

Se lo realizara en papel ecológico de 150 Gr para las hojas internas sin terminado y la portada su impresión será en papel ecológico de 200 Gr y sin terminados gráficos.

Su impresión será en máquinas offset ya que con son tirajes grandes entonces el método más adecuado son este tipo de máquinas y de esta manera obtener nuestro producto final en una excelente calidad tanto como en el papel que utilizaremos con el tipo de impresión.

Refilado

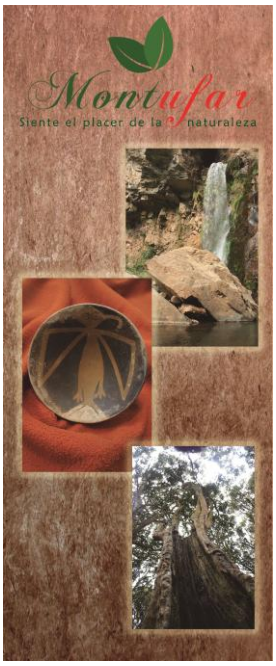
Se utilizó la guillotina para cortar los excesos de papel y de esta manera tener un mejor acabado para el producto final.

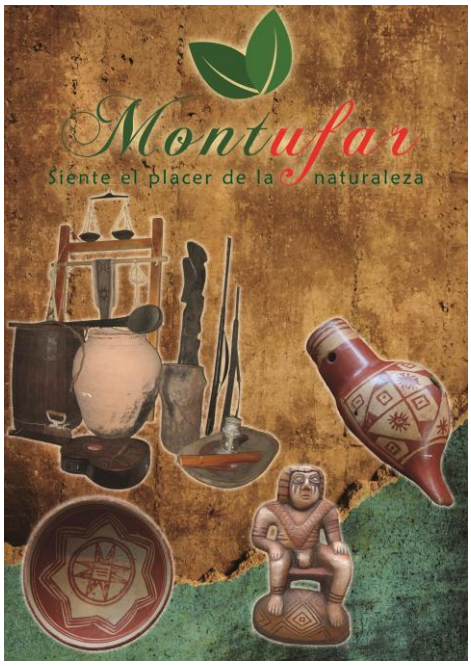
- **Marketing y Distribución**

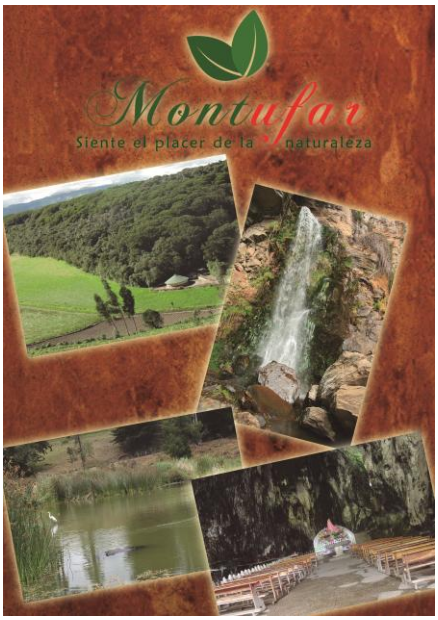
Para que los turistas conozcan sobre el fotolibro se difundirá en las redes sociales existentes, también colocaremos publicidad como afiches, roll up etc. En lugares estratégicos y más concurridos por la gente ya que de esta manera será más fácil informar a los turistas sobre dicho fotolibro

- Pagina en Facebook

- **Diseño del Roll Up y afiches**







CAPÍTULO VI

6.0 Aspecto administrativos

6.01 Recursos

Para la elaboracion de nuestro fotolibro se a tenido una rigurosa investigacion del cantón Montufar mediante datos que nos facilitaron las autoridades del cantón y tambien informacion del internet para tener una mayor sertesa de nuestro fotolibro.

Para llevar acabo nuestro producto hemos utilizado:

Computadora

Programos de Adobe

Internet

6.02 Presupuesto

1.-Gastos Operativos

Tabla de Gastos Operativos

Cantidad	Descripción	V.Unitario	V.Total	Financiamiento
50	Impreciones	0.40	20.00	Propio
2	Anillados	4.00	8.00	Propio
100	Copias	0.10	10.00	Propio
20	Viaticos	3.00	60.00	Propio
10	Transporte	5.00	50.00	Propio
	Otros	4.00	20.00	Propio
	Prototipo		**168**	

6.03 Cronograma

No.	Actividades	Responsable	Tiempo					Resultados esperados
			MES	Semana				
				1	2	3	4	
1	Investigar los problemas que tiene el cantón y los antecedentes del tema.	Investigador	Enero	X	X	X		Información de autoridades y ciudadanos.
2	Selección de información para el fotolibro	Investigador	Enero	X	X		X	Innovación en el diseño para nuestro fotolibro
3	Capítulo I finalizado	Investigador	Enero	X	X			Informacion culminada.
4	Identificación de involucrados	Investigador	Enero			X	X	Analizar quienes son los involucrados para nuestro fotolibro.
5	Capitulo II finalizado	Investigador	Enero	X	X			Involucrados
6	Selección de información sobre el cantón Montufar	Investigador	Febrero	X	X	X		Informacion terminada
7	Analizar los problemas y objetivos	Investigador	Febrero	X		X		Árbol de problemas y objetivos terminados
8	Análisis de alternativas tamaño y localización del proyecto	Investigador	Febrero	X	X			Indicadores, Medios de Verificación y supuestos terminados
9	Construcción de la Matriz de Marco Lógico	Investigador	Febrero	X	X			Matriz de Marco Lógico
10	Desarrollo de la propuesta y creación del fotolibro	Investigador	Febrero			X	X	Correcciones del producto
11	Diseños de las páginas del fotolibro	Investigador	Marzo			X	X	Indagación recopilada
12	Diagramación del fotolibro	Investigador	Marzo				X	Propuesta
13	Gasto del proyecto	Investigador	Marzo			X	X	Presupuesto
14	Conclusiones y recomendaciones	Investigador	Marzo			X	X	Capítulo finalizados

CAPÍTULO VII

7.01Conclusiones

- Se diseñó este fotolibro de una manera adecuada, con información precisa y con fotografías de cada atractivo turístico del cantón.
- Al publicar el fotolibro se logró aumentar el turismo de la zona, ya que el fotolibro tiene información cultural, histórica y sus lugares atractivos para el turismo.
- El fotolibro ayudo al incremento de turistas en el cantón Montufar, para que conozcan de los lugares turísticos.
- Con la elaboración del fotolibro ayudo a dar una mejor promoción al cantón Montufar y de esta manera satisfacer he informa a los turistas.
- Este fotolibro es de gran ayuda para atraer a los turistas ya que se presentara los atractivos turísticos de otra manera más llamativa y atractivo.
- Es una herramienta para que los turistas tengan la información necesaria sobre los lugares atractivos y maravillosos que tiene el cantón Montufar, esto le servirá al turista como una guía mientras su tiempo de estadía en el cantón al observar las maravillas de la zona.

7.02 Recomendaciones

- Que las autoridades le presten más atención al cantón Montufar, en cuanto al atraer el turismo y de esta manera no perder su historia y cultura.
- Distribuir y difundir el fotolibro en el cantón para que los habitantes sepan más sobre los lugares turísticos del cantón y asi no perder su cultura.
- Los habitantes de la zona den un buen trato a los turistas, recibir a los turistas con calidez y cordialidad para que el turista se sienta seguro y a gusto en el cantón.
- El fotolibro será una nueva manera de presentar al cantón y es recomendable distribuirlos en hoteles, agencias turísticas y centros educativos.

Bibliografía

http://es.wikipedia.org/wiki/Provincia_de_Carchi#Gruta_de_La_Paz

http://www.ame.gob.ec/ame/index.php/ley-de-transparencia/74-mapa-cantones-del-ecuador/mapa-carchi/340-canton-montufar

http://www.viajandox.com/carchi/montufar-canton.htm

http://www.carchi.gob.ec/index.php/informacion-cantonal/canton-montufar/itemlist/category/36-cant%C3%B3n-montufar