



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO SECCIÓN NOCTURNA

**Creación y diseño de un foto libro enfocado a la cultura y tradición del lago san pablo y
sus alrededores**

**Proyecto de Trabajo de Graduación que se presenta como requisito para optar por el
título de Tecnólogo en Diseño Gráfico.**

Autor: Galindo Pijal Luis Santiago

Tutor: Ing. Marjory Cortez

Quito, abril 2014

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 Luis Santiago Galindo Pijal, 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 en Diseño Gráfico, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado "I+D+I", el cual incluye la creación y diseño de un foto libro enfocado a la cultura y tradición del Lago San Pablo y sus alrededores, 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 creación y diseño de un foto libro, 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 foto libro descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial. El Cesionario podrá explotar el foto libro 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 programa de ordenador por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del software; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del programa de ordenador; d) Cualquier transformación o modificación del programa de ordenador; e) La protección y registro en el IEPI el programa de ordenador a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del programa de ordenador; 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 el foto libro que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del foto libro a favor del Cesionario.

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 reconvenición, 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 14 días del mes de marzo del dos mil catorce.

f) _____
C.C. Nº 1720344637
CEDENTE

f) _____
Instituto Superior Tecnológico Cordillera
CESIONARIO

DECLARATORIA

Declaro que la presente investigación es original, auténtica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.

Luis Santiago Galindo Pijal

C.I. 1720344637

AGRADECIMIENTO

Gracias a la Ing. Marjory Cortez, excelente profesional y persona quién me brindo sus conocimientos para poder realizar mi tesis, a todo el personal docente del INSTITUTO TECNOLÓGICO CORDILLERA quienes me han guiado en esta carrera, a mis padres que a pesar de las dificultades siempre han estado a mi lado, a mi esposa e hijo que son mi inspiración.

De todo corazón mil gracias.

DEDICATORIA

A Dios por haberme brindado la oportunidad de continuar con mis estudios, a mis padres por su apoyo incondicional que me han dado día a día, pese a la distancia siempre lo han hecho.

A mi hijo, la razón más grande para ser mejor en la vida y poder alcanzar nuevas metas, quiero ser su ejemplo y su fortaleza.

RESUMEN

El gobierno actual ha incentivado el turismo a nivel nacional, sin embargo el área turística carece de material informativo para promocionar áreas poco conocidas incluso por los ecuatorianos.

Ecuador es un país con una vasta riqueza natural y cultural. La diversidad de sus cuatro regiones ha dado lugar a cientos de miles de especies de flora y fauna. Cuenta con alrededor de 1640 clases de aves. Las especies de mariposas bordean las 4.500, los reptiles 345, los anfibios 358 y los mamíferos 258, entre otras. Ecuador está considerado como uno de los 17 países donde está concentrada la mayor biodiversidad del planeta, siendo además el mayor país con biodiversidad por km² del mundo. La mayor parte de su fauna y flora vive en 26 áreas protegidas por el Estado. Así mismo, ofrece atractivos históricos como Quito, gastronómicos y una variedad de culturas y tradiciones.

Por tal razón se ha decidido crear un fotolibro enfocado a los lugares poco conocidos y visitados del Lago San Pablo y sus alrededores.

ABSTRACT

The current government has encouraged tourism nationally, but the area lacks tourist information materials to promote little known even by Ecuadorian.

Ecuador is a country with vast natural and cultural wealth. The diversity of the four regions has resulted in hundreds of thousands of species of flora and fauna. It has about 1640 species of birds. The species of butterflies line the 4.500, 345 reptiles, 358 amphibians and 258 mammals, among others. Ecuador is considered one of the 17 countries with the greatest biodiversity is concentrated, and is the largest country in the world biodiversity km². Most of its flora and fauna living in 26 areas protected by the state. It also offers historic attractions such as Quito, food and a variety of cultures and traditions.

For this reason it was decided to create a photo book focused on the little known and visited places of Lake San Pablo and around.

INDICE

CAPITULO I.....	1
1.1 Contexto.....	1
1.2 Justificación del Problema.....	1
1.3 Definición del Problema Central (Matriz T).....	2
CAPITULO II:	3
2.01 Mapeo de los Involucrados.....	3
2.02 Matriz de análisis y selección con los involucrados.....	4
CAPITULO III.....	5
3.01 Árbol de Problemas.....	5
3.02 Árbol de Objetivos.....	5
CAPITULO IV.....	6
4.01 Matriz de alternativas e Identificación de Acciones.....	7
4.01.01 Tamaño del proyecto.....	8
4.01.02 Localización del proyecto.....	8
4.01.03 Análisis ambiental.....	8
4.02 Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos.....	9



4.03 Diagrama de Estrategias.....	10
4.04 Construcción de la matriz de marco lógico.....	11
4.04.01 Revisión de los criterios para los indicadores.....	11
4.04.02 Selección de Indicadores.....	14
4.04.03 Medios de Verificación.....	16
4.04.04 Supuestos.....	18
4.04.05 Marco Lógico (MML).....	20
CAPITULO V.....	22
5.1 Antecedentes de la herramienta del perfil de la propuesta.....	22
5.2 Descripción de la herramienta.....	42
5.3 Formulación del proceso de aplicación.....	47
5.3.1 Planificación.....	47
5.3.2 Propósito del proyecto.....	47
5.3.3 Tipo de publicación.....	47
5.3.4 Temática.....	47
5.3.5 Formato.....	47



5.3.6 Número de páginas.....	48
5.3.7 Estilos.....	48
5.3.8 Páginas máster o retícula.....	48
5.3.9 Diagramación.....	48
5.3.10 Imagen corporativa.....	48
CAPÍTULO VI.....	87
6.1 Recursos.....	88
6.2 Presupuesto.....	89
6.3 Cronograma.....	90
CAPÍTULO VII.....	91
7.1 Conclusiones y recomendaciones.....	91

INDICE DE TABLAS

Contenido

Tabla # 1.....	2
Tabla # 2.....	5
Tabla # 3.....	9
Tabla # 4.....	11
Tabla # 5.....	12
Tabla # 6.....	12
Tabla # 7.....	13
Tabla # 8.....	14
Tabla # 9.....	15
Tabla # 10.....	15
Tabla # 11.....	16
Tabla # 12.....	16
Tabla # 13.....	17
Tabla # 14.....	17
Tabla # 15.....	18



Tabla # 16.....	18
Tabla # 17.....	19
Tabla # 18.....	19
Tabla # 19.....	20
Tabla # 20.....	22



INDICE DE FIGURAS

Figura #1.....	3
Figura #2.....	5
Figura #3.....	6
Figura #4.....	7
Figura #5.....	10

CAPITULO I

ANTECEDENTES

1.1 Contexto

A fin de incrementar el turismo en San Pablo del Lago y también los ingresos económicos de la gente se ha visto la necesidad de crear el foto libro mismo que veremos su impacto y reacción frente a nuestro público en general, para esto deberemos obtener información referente al lago San Pablo, sus costumbres, sus tradiciones y sus imágenes serán plasmadas en este documento. Una de las partes más importantes para que la afluencia de turistas ya sean estos nacionales o extranjeros es la publicidad que se da frente a estos, es por eso la elaboración del foto libro.

1.2 Justificación del Problema

Con la elaboración de este foto libro los turistas y sobretodo su población tendrá acceso a información acerca de los lugares más sobresalientes de la zona, así podrán disfrutarlos y cuidar de ellos para que este sea un medio de entretenimiento el cual permitirá la integración entre los suyos. Con esta información la población estará comunicada y podrá brindar una mejor acogida a sus visitantes para que estos puedan disfrutar de las bondades que el sector les brinda.

La comunidad en general creará varias fuentes de ingresos ya que a mayor afluencia de turistas ya sean nacionales o extranjeros se crearán varias necesidades mismas que deberán ser cubiertas por los pobladores de la zona. El conocimiento brindará a sus pobladores ver las necesidades y carencias de este sector mismo que ha sido desatendido por sus representantes.

1.3 Definición del Problema Central (Matriz T)

Análisis de Fuerza T					
Situación Empeorada	Situación Actual				Situación Mejorada
Perdida de la cultura, tradición y turismo en el Lago San Pablo.	Desconocimiento de la Cultura y Tradiciones del Lago San Pablo y sus Alrededores.				Pobladores del Lago San Pablo rescatando la cultura, tradición y promoviendo el turismo.
Fuerzas Impulsadoras	I	PC	I	PC	Fuerzas Bloqueadoras
Apoyo el municipio de Otavalo	3	5	3	5	No hay apoyo ni interés del Municipio de Otavalo
Cuidado, preservación del medio ambiente del Lago San Pablo y sus alrededores	2	4	3	4	Contaminación del medio ambiente del Lago San Pablo
Conocimiento de los atractivos turísticos del Lago San Pablo y sus alrededores	4	4	2	5	Escasa información de los lugares turísticos del Lago San Pablo y sus alrededores
Conocimiento de la cultura y tradición turística que tiene el Lago San Pablo y sus alrededores	5	5	4	5	
Información para el acceso a la zona turística del Lago San Pablo	2	5	2	5	Desconocimiento de los lugares turísticos en el Lago San Pablo

Tabla #1

Elaborado por: Santiago Galindo

CAPITULO II

ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS

2.01 Mapeo de los Involucrados

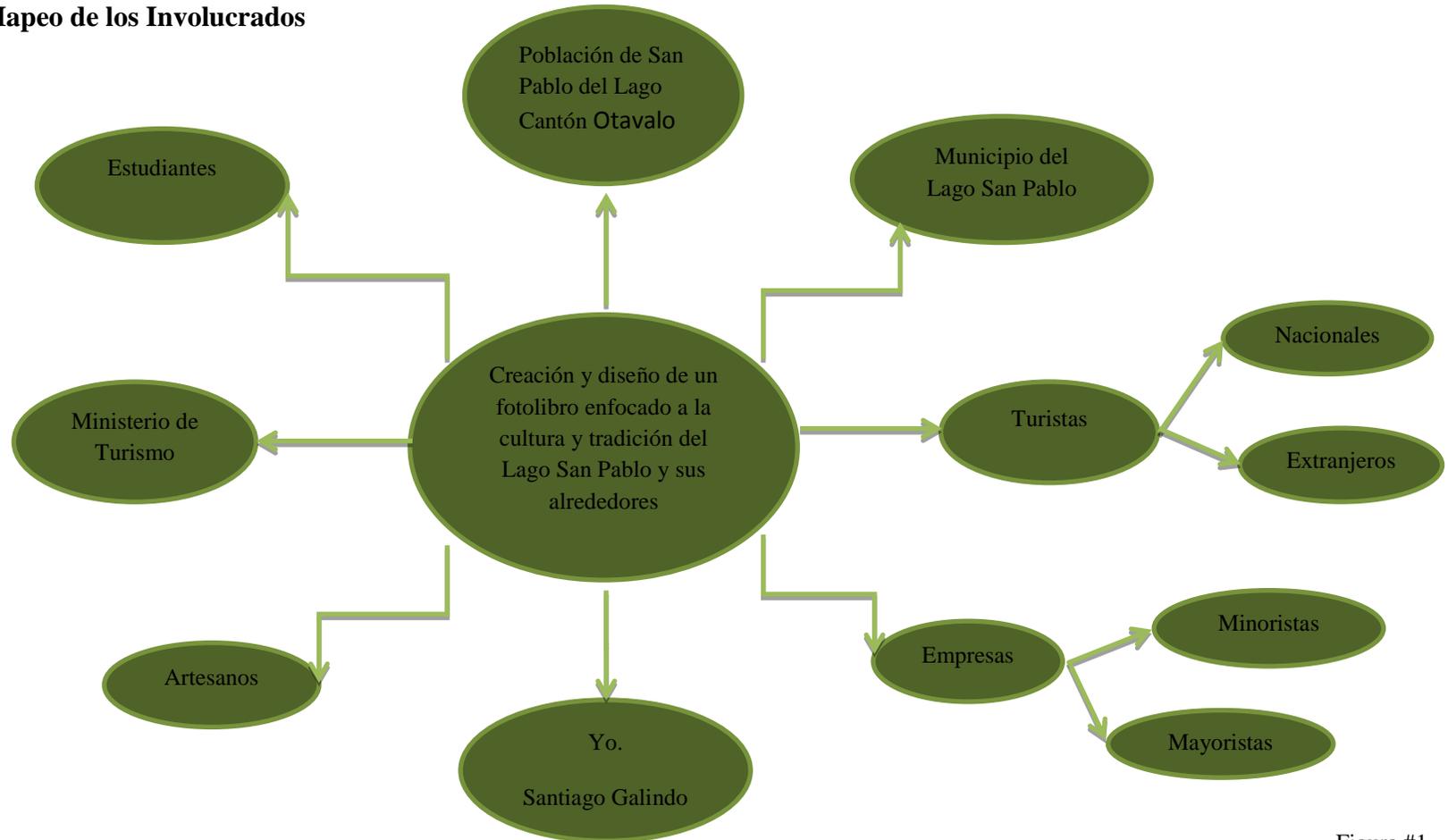


Figura #1

Elaborado por: Santiago Galindo

2.02 Matriz de análisis y selección con los involucrados

Actores Involucrados	Interés Sobre el problema central	Problemas percibidos	Recursos, mandatos y capacidades	Interés sobre el proyecto	Conflictos Potenciales
Pobladores	Mejorar la visitas turísticas del Lago San Pablo y sus alrededores	Desinterés de apoyar al proyecto de mejoramiento	Humano. Tecnológico e investigativo	Proyectar una buena imagen para aumentar el turismo	Falta de interés de los pobladores del Lago San Pablo y sus alrededores
Municipio	Proporcionar charlas para el cuidado de la zona	No asistencia a las charlas	Humano. Tecnológico e investigativo	Actividades para la enseñanza de preservación del ambiente del Lago San Pablo y sus alrededores	No hay apoyo del Municipio
Turistas	Conocer de la cultura y tradición del Lago San Pablo	Falta de visitantes al Lago San Pablo y sus Alrededores	Humano. Tecnológico e investigativo	Incremento del turismo en el Lago San Pablo y sus alrededores	Inconformidad del turista
Empresas	Colaboración en el aspecto social	Desconocimiento del proyecto a ejecutarse	Humano. Tecnológico e investigativo	Cuidar y preservar el medio ambiente dando un buen tratamiento a sus desechos en el Lago San Pablo y sus alrededores	No hay interés
Estudiantes	Conocer sobre la cultura y tradición del Lago San Pablo	Falta de conocimiento de su cultura	Humano. Tecnológico e investigativo	Rescate de su cultura y tradición con este tipo de eventos	Falta de interés de los estudiantes para conocer la cultura y tradición del Lago San Pablo
Ministerio de turismo	Publicación y distribución del fotolibro	No hay información acerca del tema	Humano. Tecnológico e investigativo	Informar a los pobladores	Falta de interés y apoyo del Ministerio de Turismo
Artesanos	Dar a conocer las artesanías que tiene el Lago San Pablo y sus alrededores	No hay interés para conocer las artesanías	Humano. Tecnológico e investigativo	Atraer a nuevos visitantes al Lago San Pablo y sus alrededores	Desinterés por parte de los artesanos
Yo, Santiago Galindo	Creación del foto libro	No existe un fotolibro	Humano. Tecnológico e investigativo	Incentivar el turismo y rescatar la cultura y tradición de los habitantes del Lago San Pablo y sus alrededores	No tener apoyo

Tabla #2 Elaborado por: Santiago Galindo

CAPITULO III

PROBLEMAS Y OBJETIVOS

3.01 Árbol de Problemas

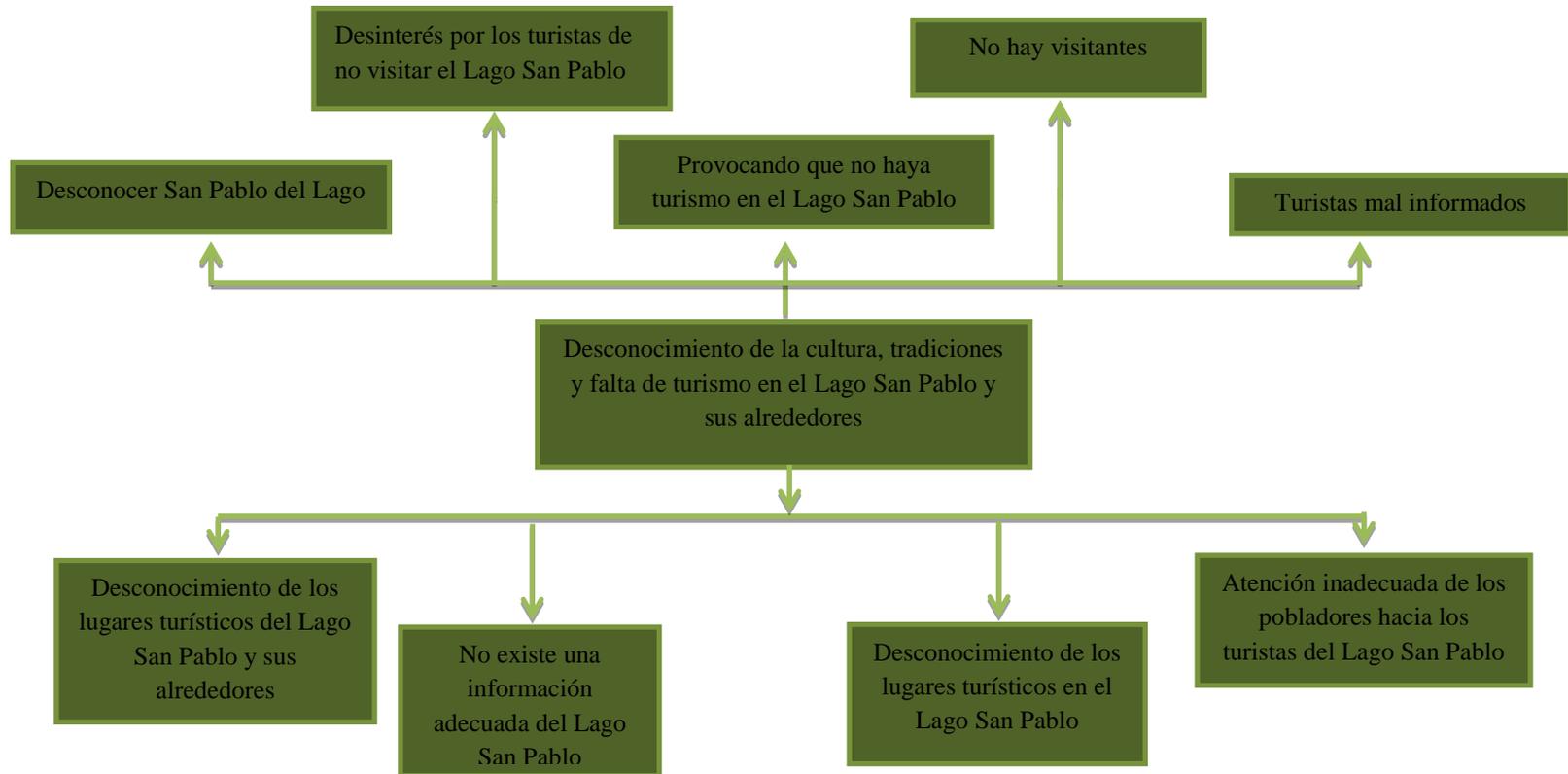


Figura #2

Elaborado por: Santiago Galindo

3.02 Árbol de Objetivos

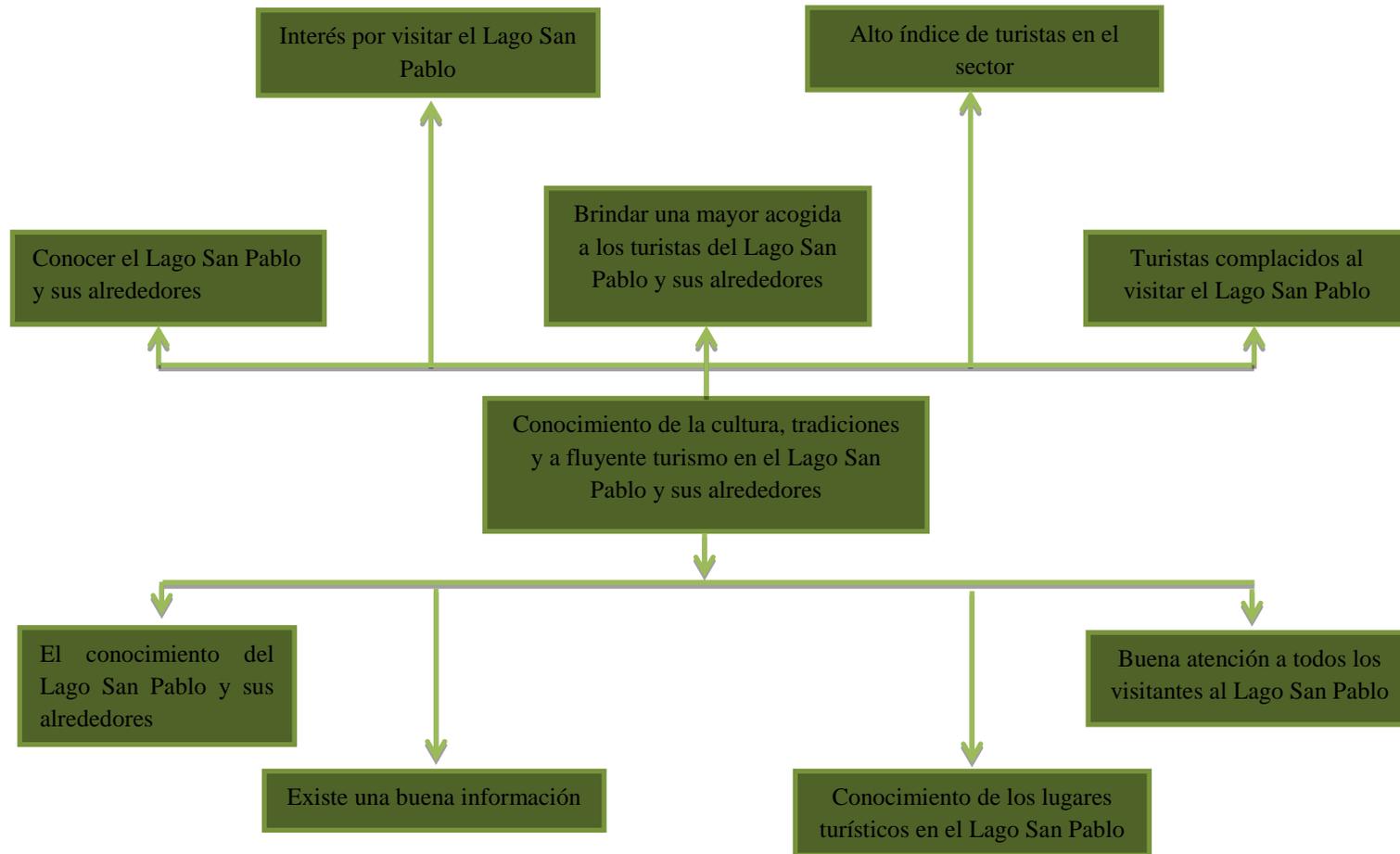


Figura #3

Elaborado por: Santiago Galindo

CAPITULO IV

4.01 Matriz de alternativas e identificación de acciones

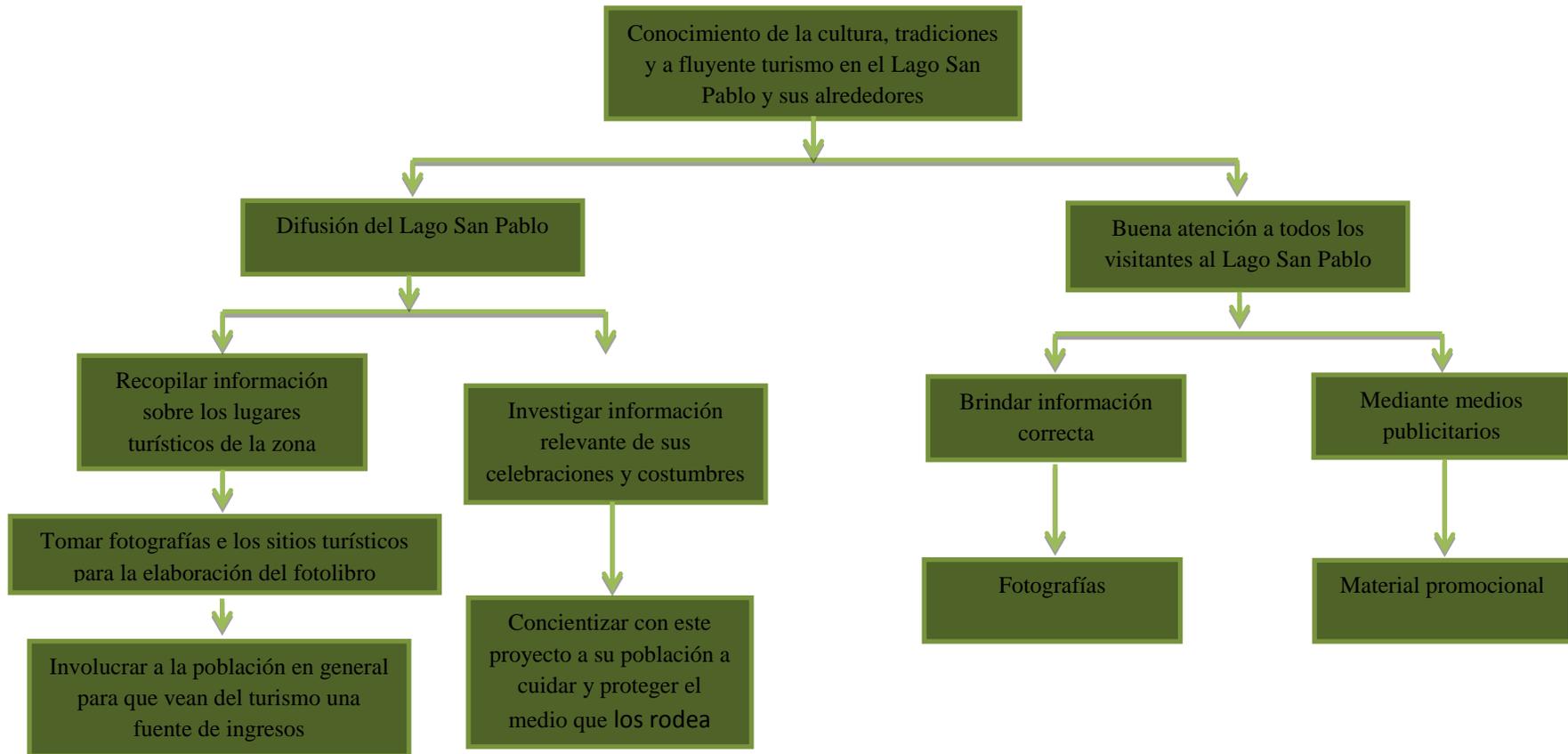


Figura #4

Elaborado por: Santiago Galindo

4.01.01 Tamaño del Proyecto

Este proyecto tendrá como grupo objetivo a los pobladores del Lago San Pablo teniendo como impacto positivo para el incremento de visitas de turistas nacionales y extranjeros mejorando así la economía de la zona.

4.01.02 Localización del Proyecto

El proyecto será realizado en el Sector de San Pablo del Lago del Cantón Otavalo de la Provincia de Imbabura ECUADOR.

4.01.03 Análisis Ambiental

El impacto será positivo ya que se va a utilizar recursos naturales para la elaboración del mismo, y papel reciclado, también manejaremos el foto libro de manera digital de modo que será innovado constantemente e irá de la mano con la tecnología y al alcance de todos los interesados.

4.02 Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos

Objetivos	Impacto sobre el propósito	Factibilidad técnica	Factibilidad Financiera	Factibilidad social	Factibilidad política	TOTAL	Categoría
El conocimiento del Lago San Pablo y sus alrededores	4	5	4	5	5	23	Alta
Buena atención a todos los visitantes al Lago San Pablo y sus alrededores	5	4	4	5	4	22	Alta

Tabla #3

Elaborado por: Santiago Galindo

4.03 Diagrama de Estrategias

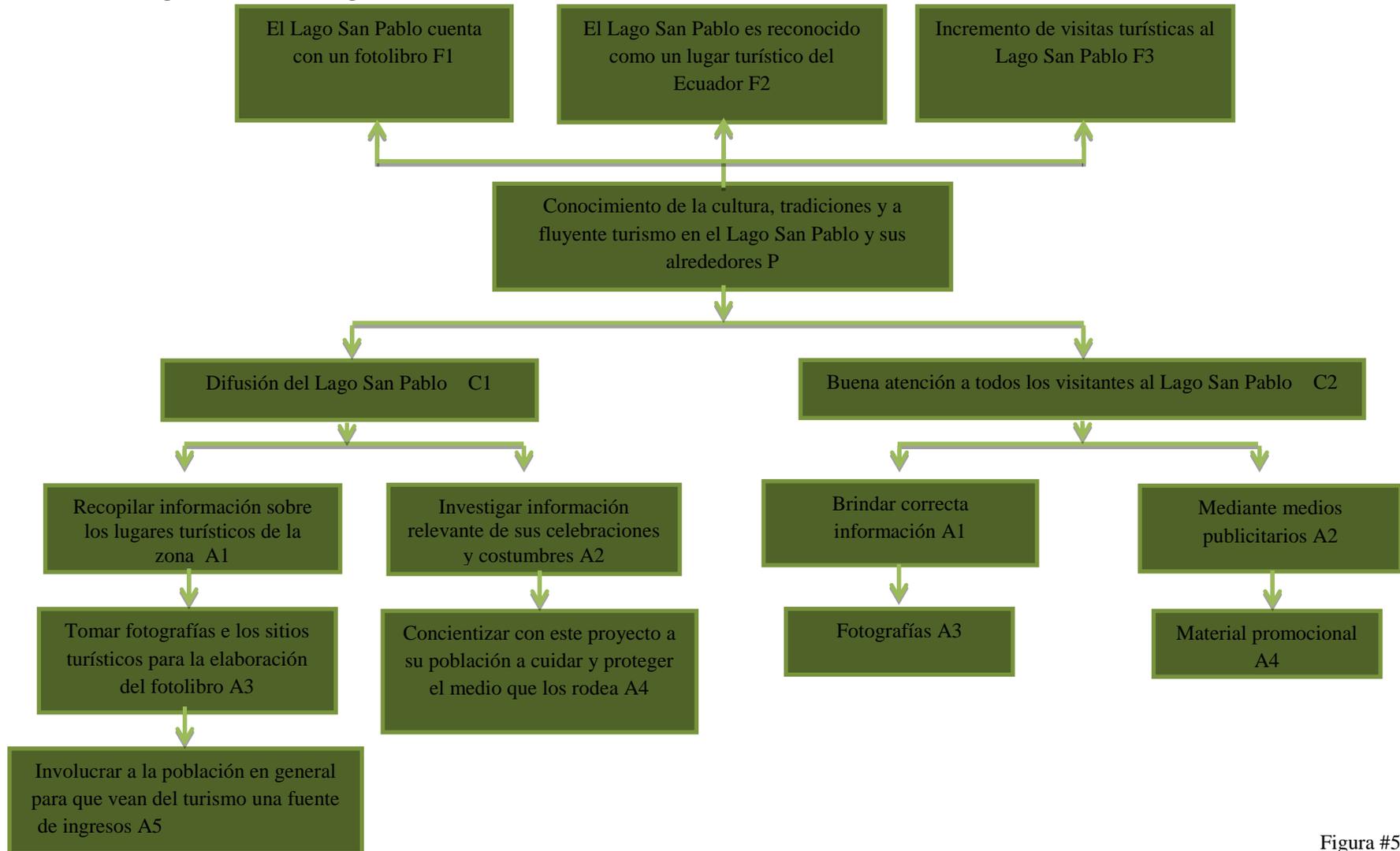


Figura #5

Elaborado por: Santiago Galindo

4.04 Construcción de la Matriz Marco Lógico

4.04.01 Revisión de los Criterios para los Indicadores

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Meta				
			CANTIDAD	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
Fin	F1 El Lago San Pablo cuenta con un fotolibro	60% Personas	500 Personas	Optima	Cada 3 años	Lago San Pablo	Habitantes del Lago San Pablo y sus alrededores
Fin	F2 El Lago San Pablo es reconocido	60% Personas	500 Personas	Optima	Cada 3 años	Lago San Pablo	Habitantes del Lago San Pablo y sus alrededores
Fin	F3 Incremento de visitas turísticas al Lago San Pablo	60% Personas	500 Personas	Optima	Cada 3 años	Lago San Pablo	Habitantes del Lago San Pablo y sus alrededores

Tabla #4

Elaborado por: Santiago Galindo

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Meta				
			CANTIDAD	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
Propósito	P Conocimiento de la cultura y tradiciones y a fluyente turismo en el Lago San Pablo	60% Personas	500 Personas	Optima	Cada 3 años	Lago San Pablo	Habitantes del Lago San Pablo y sus alrededores

Tabla #5

Elaborado por: Santiago Galindo

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Meta				
			CANTIDAD	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
Componentes	C1 Difusión del Lago San Pablo	60% Personas	500 Personas	Optima	Cada 3 años	Lago San Pablo	Habitantes del Lago San Pablo y sus alrededores
Componentes	C2 Buen atención a todos los visitantes al Lago San Pablo	60% Personas	60% Personas	Optima	Cada 3 años	Lago San Pablo	Habitantes del Lago San Pablo y sus alrededores

Tabla #6

Elaborado por: Santiago Galindo

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Meta				
			CANTIDAD	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
Actividades	A1 Recopilar información sobre los lugares turísticos de la zona	60% Personas	60% Personas	Optima	Cada 3 años	Lago San Pablo	Habitantes del Lago San Pablo y sus alrededores
Actividades	A2 Investigar información relevante de sus celebraciones y costumbres	60% Personas	60% Personas	Optima	Cada 3 años	Lago San Pablo	Habitantes del Lago San Pablo y sus alrededores
Actividades	A3 Tomar fotografías de los sitios turísticos para la elaboración del fotolibro	60% Personas	60% Personas	Optima	Cada 3 años	Lago San Pablo	Habitantes del Lago San Pablo y sus alrededores
Actividades	A4 Involucrar a la población en general para que vea del turismo una fuente de ingresos	60% Personas	60% Personas	Optima	Cada 3 años	Lago San Pablo	Habitantes del Lago San Pablo y sus alrededores
Actividades	A5 Concientizar con este proyecto a su población a cuidar y proteger el medio que los rodea	60% Personas	60% Personas	Optima	Cada 3 años	Lago San Pablo	Habitantes del Lago San Pablo y sus alrededores

Tabla #7

Elaborado por: Santiago Galindo

4.04.02 Selección de Indicadores

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Clasificación de Indicadores					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
Fin	F1 El Lago San Pablo cuenta con un fotolibro	Encuesta	x	x		x	x	4	Alta
Fin	F2 El Lago San Pablo es reconocido	Encuesta	x	x			x	3	Media
Fin	F3 Incremento de visitas turísticas al Lago San Pablo	Encuesta	x	x		x	x	4	Alta

Tabla #8

Elaborado por: Santiago Galindo

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Clasificación de Indicadores					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
Propósito	P Conocimiento de la cultura y tradiciones y a fluyente turismo en el Lago San Pablo	Encuesta	x	x	x	x	x	5	Alta

Tabla #9

Elaborado por: Santiago Galindo



Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Clasificación de Indicadores					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
Componentes	C1 Difusión del Lago San Pablo	Encuesta	x	x	x	x		4	Alta
Componentes	C2 Buen atención a todos los visitantes al Lago San Pablo	Encuesta	x	x			x	3	Media

Tabla #10

Elaborado por: Santiago Galindo

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Clasificación de Indicadores					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
Actividades	A1 Recopilar información sobre los lugares turísticos de la zona	Encuesta	x	x	x	x	x	5	Alta
Actividades	A2 Investigar información relevante de sus celebraciones y costumbres	Encuesta	x	x	x		x	4	Alta
Actividades	A3 Tomar fotografías de los sitios turísticos para la elaboración del fotolibro	Encuesta	x	x	x	x		4	Alta
Actividades	A4 Involucrar a la población en general para que vea del turismo una fuente de ingresos	Encuesta	x	x		x	x	4	Alta
Actividades	A5 Concientizar con este proyecto a su población a cuidar y proteger el medio que lo rodea	Encuesta	x	x		x	x	4	Alta

Tabla #11

Elaborado por: Santiago Galindo

4.04.03 Medios de Verificación

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de Verificación				
			Fuente de Información	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia de Recolección	Responsable
Fin	F1 El Lago San Pablo cuenta con un fotolibro	60% Personas	Primaria	Observación, encuesta	Cuantitativa	Cada 3 años	Investigador
Fin	F2 El Lago San Pablo es reconocido	60% Personas	Primaria	Observación, encuesta	Cuantitativa	Cada 3 años	Investigador
Fin	F3 Incremento de visitas turísticas al Lago San Pablo	60% Personas	Primaria	Observación, encuesta	Cuantitativa	Cada 3 años	Investigador

Tabla #12

Elaborado por: Santiago Galindo

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de Verificación				
			Fuente de Información	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia de Recolección	Responsable
Propósito	P Conocimiento de la cultura y tradiciones y a fluyente turismo en el Lago San Pablo	60% Personas	Primaria	Observación, encuesta	Cuantitativa	Cada 3 años	Investigador

Tabla #13

Elaborado por: Santiago Galindo

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de Verificación				
			Fuente de Información	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia de Recolección	Responsable
Componentes	C1 Difusión del Lago San Pablo	60% Personas	Primaria	Observación, encuesta	Cuantitativa	Cada 3 años	Investigador
Componentes	C2 Buen atención a todos los visitantes al Lago San Pablo	60% Personas	Primaria	Observación, encuesta	Cuantitativa	Cada 3 años	Investigador

Tabla #14

Elaborado por: Santiago Galindo

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de Verificación				
			Fuente de Información	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia de Recolección	Responsable
Actividades	A1 Recopilar información sobre los lugares turísticos de la zona	60% Personas	Primaria	Observación, encuesta	Cuantitativa	Cada 3 años	Investigador
Actividades	A2 Investigar información relevante de sus celebraciones y costumbres	60% Personas	Primaria	Observación, encuesta	Cuantitativa	Cada 3 años	Investigador
Actividades	A3 Tomar fotografías de los sitios turísticos para la elaboración del fotolibro	60% Personas	Primaria	Observación, encuesta	Cuantitativa	Cada 3 años	Investigador
Actividades	A4 Involucrar a la población en general para que vea del turismo una fuente de ingresos	60% Personas	Primaria	Observación, encuesta	Cuantitativa	Cada 3 años	Investigador
Actividades	A5 Concientizar con este proyecto a su población a cuidar y proteger el medio que los rodea	60% Personas	Primaria	Observación, encuesta	Cuantitativa	Cada 3 años	Investigador

Tabla #15

Elaborado por: Santiago Galindo

4.04.04 Supuestos

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Fin	F1 El Lago San Pablo cuenta con un fotolibro	Que no exista Información	X		X		
Fin	F2 El Lago San Pablo es reconocido	Pérdida de información	X		X		
Fin	F3 Incremento de visitas turísticas al Lago San Pablo	Restricciones al acceso de información	X		X	X	

Tabla #16

Elaborado por: Santiago Galindo

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Propósito	P Conocimiento de la cultura y tradiciones y a fluyente turismo en el Lago San Pablo	Información inadecuada por parte de los moradores del sector	X		X		

Tabla #17

Elaborado por: Santiago Galindo

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Componentes	C1 Difusión del Lago San Pablo	No se pueda actualizar la información			X	X	
Componentes	C2 Buen atención a todos los visitantes al Lago San Pablo	Mal uso de información por parte de los moradores	X		X		

Tabla #18

Elaborado por: Santiago Galindo

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Actividades	A1 Recopilar información sobre los lugares turísticos de la zona	No contar con fotografías adecuadas para la elaboración del fotolibro			X		
Actividades	A2 Investigar información relevante de sus celebraciones y costumbres	Se pierda sus costumbres y tradiciones			X		
Actividades	A3 Tomar fotografías de los sitios turísticos para la elaboración del fotolibro	Equipo fotográfico inadecuado			X	X	
Actividades	A4 Involucrar a la población en general para que vea del turismo una fuente de ingresos	Que no haya ingresos positivos y exista pérdida para todo el sector	X		X		
Actividades	A5 Concientizar con este proyecto a su población a cuidar y proteger el medio que los rodea	Falta de colaboración y desinterés	X		X	X	

Tabla #19

Elaborado por: Santiago Galindo

4.04.05 Matriz Marco Lógico (MML)

Resumen Narrativo	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos
F1 El Lago San Pablo cuenta con un fotolibro	Los visitantes nacionales y extranjeros cuentan con una guía de sitios turísticos	Registro, archivos	Que no exista Información
F2 El Lago San Pablo es reconocido	El Lago San Pablo cuenta con información actualizada	Registro, archivos	Perdida de información
F3 Incremento de visitas turísticas al Lago San Pablo	Mejores ingresos para los pobladores del Lago San Pablo y sus alrededores	Registro, archivos	Restricciones al acceso de información
P Conocimiento de la cultura y tradiciones y a fluyente turismo en el Lago San Pablo	El Lago San Pablo cuenta con un fotolibro	Registro, archivos	Información inadecuada por parte de los moradores del sector
C1 Difusión del Lago San Pablo	Correcta información del Lago San Pablo y sus alrededores	Registro, archivos	No se pueda actualizar la información
C2 Buen atención a todos los visitantes al Lago San Pablo	Visitantes complacidos por la buena atención de los pobladores del Lago San Pablo	Registro, archivos	Mal uso de información por parte de los moradores
A1 Recopilar información sobre los lugares turísticos de la zona	Cuenta con fotografías adecuadas para la elaboración del fotolibro	Registro, archivos	No contar con fotografías adecuadas para la elaboración el fotolibro

A2 Investigar información relevante de sus celebraciones y costumbres	Existe información de sus tradiciones	Registro, archivos	Se pierda sus costumbres y tradiciones
A3 Tomar fotografías de los sitios turísticos para la elaboración del fotolibro	Equipo fotográfico adecuado	Registro, archivos	Equipo fotográfico inadecuado
A4 Involucrar a la población en general para que vea del turismo una fuente de ingresos	Mejores ingresos	Registro, archivos	Que no haya ingresos positivos y exista perdida para todo el sector
A5 Concientizar con este proyecto a su población a cuidar y proteger el medio que los rodea	Colaboración e interés para cuidar el medio que los rodea	Registro, archivos	Falta de colaboración y desinterés

Tabla #20

Elaborado por: Santiago Galindo

CAPITULO V

LA PROPUESTA

5.1 Antecedentes de la herramienta del perfil de la propuesta.

Que es Diseño Gráfico.

El diseño gráfico es una profesión cuya actividad consiste en concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales y con objetivos claros y determinados. Esta actividad posibilita comunicar gráficamente ideas, hechos y valores procesados y sintetizados en términos de forma y comunicación, factores sociales, culturales, económicos, estéticos y tecnológicos. También se conoce con el nombre de diseño en comunicación visual, debido a que algunos asocian la palabra gráfico únicamente a la industria gráfica, y entienden que los mensajes visuales se canalizan a través de muchos medios de comunicación, y no solo los impresos.

Dado el crecimiento veloz y masivo en el intercambio de información, la demanda de diseñadores gráficos es mayor que nunca, particularmente a causa del desarrollo de nuevas tecnologías y de la necesidad de prestar atención a los factores humanos que escapan a la competencia de los ingenieros que las desarrollan.

Algunas clasificaciones difundidas del diseño gráfico son: el diseño gráfico publicitario, el diseño editorial, el diseño de identidad corporativa, el diseño web, el diseño de envase, el diseño tipográfico, la cartelería, la señalética y el llamado diseño multimedia, entre otros.

El color.

Es una percepción visual que se genera en el cerebro al interpretar las señales nerviosas que le envían las fotos receptores de la retina del ojo.

Estos interpretan y distinguen las distintas longitudes de onda del espectro electromagnético. Todo cuerpo iluminado absorbe una parte de las ondas electromagnéticas y refleja las restantes.

Las ondas reflejadas son captadas por el ojo e interpretadas en el cerebro como colores según las longitudes de ondas correspondientes.

Tres factores hacen posible la percepción de colores:

1. El sentido de la vista
2. La luz
3. Las propiedades químicas de los objetos

Psicología del color

Modelos de color

CMYK (Cyan, Magenta, Yellow, Black).

- Mezcla sustractiva (sustrae luz), creada por la mezcla de tinta por la mezcla de colores luz.
- Cuando ningún color luz está presente, se percibe el negro.

- Utilizando monitores de computadoras, televisores, proyectores de video.
- Por la mezcla de tinta
- El negro es creado por mezcla de todos los colores, y el blanco es la ausencia de cualquier color.
- Utilizado en grafica impresa, arte pictórico y toda pieza que sea “pintada” con pigmentos.

RGB (Red, Green, Blue).

- Mezcla aditiva (adiciona luz), creada por la mezcla de colores luz.
- Mezcla sustractiva (sustraer luz), creada por la mezcla de colores luz. Cuando ningún color.
- La luz está presente, se percibe el negro. Utilizando monitores de computadoras, televisores.
- Proyectores de video.
- Modelo.

Armonía del color.

Armonizar significa combinar los diferentes valores que el color adquiere en una composición.

Propiedades.

Tono, tinte, croma o matiz: Es el color, nos permite diferenciar uno de otro color.

aturación: Es el grado de pureza de un matiz y su relación con el gris.

Intensidad: Es el brillo u opacidad del matiz.

Valor: Es el grado de claridad / oscuridad.

Temperatura: Proyectan sensación de calor / frialdad.

Contraste.

Se define como la diferencia relativa en intensidad entre un punto de una imagen y sus alrededores.

Existen diferentes tipos de contraste:

- **De valor:** es el mismo color de base pero en distinto nivel de luminosidad.
- **De saturación:** mismo color con diferente grado de pureza.
- **De tono:** cuando utilizamos diversos tonos.

Psicología del color.

Se define como el efecto que produce sobre los individuos. El color puede ser la traducción de nuestros sentidos. Pueden despertar sensaciones de frío, apetecible, rugoso, limpio y miles más.

El amarillo.- Luminoso, ardiente, expansivo. Es el sol, la luz y el oro. Puede significar: egoísmo, celos, envidia, odio, adolescencia, risa, placer.

El rojo.- Vitalidad, sangre, pasión, fuego, amor. Es sensual, enérgico, erótico, exultante, apetitoso. Puede significar: pasión, emoción, acción, agresividad, peligro, tecnología de punta.

El azul.- Es tranquilo, profundo, solemne, frío, inmaterial. Puede significar: confianza, reserva, amistad, fidelidad, seguridad, protector, ejecutivo.

El naranja.- Es hipnótico, activo, radiante, expansivo. Puede significar: calor, fuego, fiesta, placer, presencia del sol.

El violeta.- Es misterio, majestuoso, lucidez, reflexión. Puede significar: calma, aristocracia, engaño, mundo mágico, fantasía, sofisticación.

El verde.- Es tranquilo, sedante, fresco, natural, sobrio. Puede significar: esperanza, deseo, juventud, naturaleza, equilibrio, estabilidad.

El blanco.- Es activo, puro, vacío positivo, infinito. Puede significar: inocencia, divinidad, paz, calma, armonía.

El negro.- Es silencio, misterio, a veces impuro y maligno. Puede significar: nobleza y elegancia cuando es brillante, noche, muerte, luto, tragedia.

El gris.- Es indecisión, ausencia de energía. Puede significar: duda y melancolía, pero también lujo, elegancia cuando es brillante, tecnología por su asociación a los metales.

Logo.

El logotipo (coloquialmente conocido como logo) es un elemento gráfico que identifica a una entidad ya sea pública o privada y lo que distingue a una marca.

Históricamente, los artesanos del barro, del cristal, de la piedra, los fabricantes de espadas y artilugios de hierro fino, así como los impresores utilizaban marcas para señalar su autoría.

Diseño Editorial.

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

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

creación resalte en cuestión de segundos. Antes de realizar un trabajo de diseño editorial se tiene que seguir un orden de reglas para la ejecución del trabajo, las cuales pueden ser:

1. Definir el tema (sobre la base de este que es lo que se quiere comunicar)
2. Definir el objetivo de comunicación del diseño a realizar.
3. Conocer el contenido (en caso de publicaciones especializadas)
4. Cuáles son los elementos más adecuados.
5. Realizar un proceso de bosquejo (pequeños dibujos que lleven a definir un buen concepto, tanto de composición como del desarrollo del tema y de su posible evolución).
6. Realizar una retícula, ya que por ejemplo en la creación de una revista u otro impreso que contenga varias páginas, estas tienen que tener una homogeneidad.
7. Legibilidad tipográfica (comprensible de leer).

Retículas.

La retícula es algo que lleva toda publicación por detrás. Estructura por desentrañar. Es una base sobre la que podemos trabajar y donde aplicar los elementos: columnas, páginas, etc.

También la conocemos como maqueta: es un instrumento de composición para el diseño de libros, periódicos, revistas... para todo lo que forma parte de los medios gráficos impresos. Es una estructura invisible. Una retícula bien organizada tiene que tener un modo armónico con el formato y la orientación del papel. Por lo tanto, en la retícula es muy importante la división

geométrica de un área, dividida en columnas, espacios, márgenes, etc. tiene que estar dividida con precisión.

Debe definir la posición de todos los elementos que aparecen en la página (dónde va el título, subtítulo, pie de foto, etc.). No es algo rígido y depende del medio para el que se utilice. Esa rigidez se rompe sobre todo en los periódicos.

Es una estructura en dos dimensiones hecha de líneas verticales y horizontales utilizada para estructurar el contenido, sirve como una armazón para organizar textos, imágenes o videos de una forma racional y fácil de visualizar.

Sus orígenes se remontan a los arquitectos y pintores antiguos, los griegos, egipcios y mayas se basaban en la proporción áurea o divina la cual utilizaban en sus construcciones y esculturas, dicha proporción en mi opinión nace de una profunda observación de la naturaleza, ciertos elementos de la naturaleza como la concha de un caracol, el cuerpo humano, la forma de los panales de abejas, algunas flores y hojas todos cuentan con una armonía en sus formas y proporciones las cuales obedecen a una fórmula matemática.

Tipos.

Elección de 3 columnas: más valido para las revistas. Susceptibles de ser divididas en 6 columnas.

- Elección de 2 columnas, posibilidad de convertirlas en 4 columnas. Para las revistas se usa una composición muy tradicional. Con este tipo se logra un efecto académico. Cuando las transformamos en 4 columnas jugamos con todos los elementos marcando un orden para darle un efecto moderno. Las 4 columnas se pueden convertir en 8.

Tipos de retícula.

- **Retícula formal:**

Se compone de líneas estructurales que aparecen construidas de manera rígida, matemática. Las líneas habrán de guiar la formación completa del diseño. El espacio queda dividido en subdivisiones, igual o rítmicamente y las formas quedan organizadas con una fuerte sensación de regularidad. Sus diversos tipos son; La Repetición, la Grabación y la Radiación.

Ejemplo:

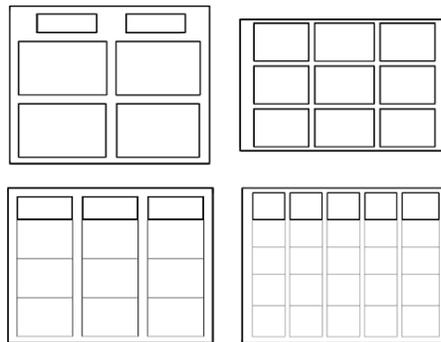


Imagen # 1

Imagen Tomada desde la web

- **Retícula informal:**

Esta no tiene normalmente líneas estructurales. la organización es generalmente libre o indefinida.



Imagen # 2

Imagen Tomada desde la web

- **Retícula inactiva:**

Es la que se compone de líneas estructurales que son puramente conceptuales.

Ejemplo:

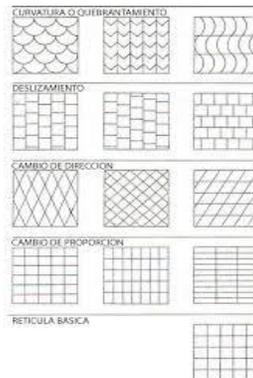


Imagen # 3

Imagen Tomada desde la web

- **Retícula activa:**

Se compone de líneas estructurales que son asimismo conceptuales. Sin embargo pueden dividir el espacio en subdivisiones individuales, que interactúan de varias maneras con los módulos que contienen.

Ejemplo:



Imagen # 4

Imagen Tomada desde la web

Fotografía.

La fotografía es el arte y la técnica de obtener imágenes duraderas debidas a la acción de la luz.¹ Es el proceso de capturar imágenes y fijarlas en un medio material sensible a la luz. 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 almacenar esta imagen, las cámaras fotográficas utilizaban hasta hace pocos años una película sensible, mientras que en la actualidad, 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».

Ejemplo:



Imagen # 5

Imagen Tomada desde la web

Planos.

Un plano es una figura bidimensional cerrada. Se trata de una superficie homogénea que suele representarse en dos dimensiones y cuya forma está limitada por uno o varios segmentos lineales. Geométricamente, es el ente ideal que sólo posee dos dimensiones, y contiene infinitos puntos y rectas; es uno de los entes geométricos fundamentales junto con el punto y la recta, suele describirse como una secuencia de pares de coordenadas.

Solamente puede ser definido o descrito en relación a otros elementos geométricos similares.

Se suele describir apoyándose en los *postulados característicos* que describen y determinan las principales relaciones entre los entes geométricos fundamentales: el punto, la recta y el plano, que determinan las relaciones entre los entes geométricos fundamentales.

- **Plano general:** Se usa para visualizar completamente a nuestro modelo y abarca todo los elementos de una escena, es decir, que aparece todo el cuerpo de pies a cabeza, sin ningún tipo de recorte.



Imagen # 6

Imagen Tomada desde la web

- **Plano americano:** También conocido como plano tres cuartos, tiene su origen en las películas de western americanas, que se caracterizaban por sus encuadres por debajo de la cadera hasta las rodillas. Es muy útil cuando se quiere retratar a varias personas.



Imagen # 7

Imagen Tomada desde la web

- **Plano medio:** En este se muestra al modelo desde la cabeza hasta la cintura, y también se puede emplear para fotografiar a varias personas interactuando. Se emplea con regularidad en la fotografía de moda ya que permite destacar la belleza de la persona.



Imagen # 8

Imagen Tomada desde la web

- **Plano medio corto:** Se le puede conseguir con otros nombres como plano pecho o plano busto, aunque en lo personal me parece más profesional llamarlo plano medio corto, y consiste sencillamente en mostrar a la persona desde la cabeza hasta la mitad del pecho. La idea de este tipo de plano es enfocar la atención exclusivamente en la persona aislándola de su entorno.



Imagen # 9

Imagen Tomada desde la web

- **Primer plano:** Se emplea generalmente para destacar la mirada o el gesto de una persona, y el encuadre va desde la cabeza hasta los hombros. Es el más indicado para el retrato del rostro, ya que, destaca los detalles. Suelen usarse encuadres verticales, aunque esto no es una regla estricta.



Imagen # 10

Imagen Tomada desde la web

- **Primerísimo primer plano:** Este tipo de plano es mucho más agresivo e íntimo que los anteriores. Se logra encuadrando desde la cabeza (cortando por el medio o por encima de la frente) hasta la punta del mentón. Hay que cuidar mucho los detalles en este tipo de plano, controlar el enfoque y la profundidad de campo es primordial, de lo contrario se puede estropear la captura.



Imagen # 11

Imagen Tomada desde la web

- **Plano detalle:** Se emplea para destacar elementos específicos, con este tipo de plano se pueden lograr encuadres creativos y originales, requiere de mucha capacidad de observación por parte del fotógrafo. En este tipo de plano el acercamiento se maximiza para enfatizar ciertos elementos que de otra manera podrían pasar desapercibidos. No se debe confundir con fotografía macro.



Imagen # 12

Imagen Tomada desde la web

Un plano queda definido por los siguientes elementos geométricos:

- Tres puntos no alineados.
- Una recta y un punto exterior a ella.
- Dos rectas paralelas.
- Dos rectas que se cortan.

Un círculo no tiene principio ni fin, y por ello simboliza el infinito. Se trata de una figura bidimensional. En términos geométricos, se trata de una línea cuyos puntos son equidistantes al centro y es el cierre de esta línea curva la que crea el círculo. El círculo es la única curva plana con una curvatura constante. El círculo transmite menos tensión que un rectángulo o un

triángulo, ya que no “tira” de ninguna dirección en particular. Un círculo parece armonioso, completo en sí mismo e infinito.

Estilos.

Un movimiento artístico o estilo artístico es una tendencia o estilo referente al arte con una filosofía o meta específica en común, seguida por un grupo de artistas re percutores durante un período (como el movimiento dadaísta o el pop-art).

Estilos y tendencias del diseño gráfico actual.

En mayo de 1998, el diseñador británico Neville Brody afirmaba: estamos tan obsesionados con la Red y la tecnología, que no olvidamos del mensaje. Nos imaginamos capaces de hacerlo todo y nuestro software nos ayuda a creer que podemos. Pero debemos ir más allá del cómo para considerar el qué y el por qué.´

EL diseñador planteaba, además, la necesidad de entender de otra forma el contexto tecnológico en relación con la naturaleza de las comunicaciones.

“Somos emisores y receptores” añadía Brody, afirmación que situaba al profesional del diseño en un lugar terrenal, asumiendo su responsabilidad, y siendo consciente de su pertenencia a una sociedad, y como tal, de la imposibilidad de escapar de la influencia delos mensajes lanzados por los otros.

Durante estos años pasados, los dogmatismos se han ido suavizando, flexibilizando, matizando, cuestionando, desautorizando, e incluso, desapareciendo.

Esto ha dado lugar a cierta inseguridad, que ha provocado lo que podríamos llamar un³ retorno al orden´, pero, igualmente, a una mayor cantidad de posibilidades para quien esté dispuesto a aprovecharlas.

Para situar las coordenadas del diseño actual, es preciso analizar y comprender algunos hechos que ayuden a comprender ese pasado reciente.

Hacia 1984, el pensamiento occidental y con él, el diseño se encontraba inmerso en eso que se ha denominado 'postmodernidad', un término confuso, que desde la década de 1970 ha servido para etiquetar una serie de prácticas y teorías diversas, cuya intención parecía ser la ruptura con el movimiento moderno, y la intención de excederlo.

Así fue como se entendió en el campo del diseño gráfico, justo en el momento en que apareció una nueva tecnología, que daría un vuelco a las maneras de trabajar de los diseñadores: el ordenador Macintosh de Apple.

Con él venían, además, el PS, un nuevo lenguaje de programación, y la impresora Laser writer de Apple, que hicieron realidad la frase "lo que ves es lo que obtienes".

- **Barroco:**

Es un estilo artístico, dramático, que se utilizó en arquitectura, pintura y escultura, y que intentaba despertar las emociones del espectador. Los artistas y arquitectos que incursionaron en este estilo, utilizaron todo tipo de trucos para crear una ilusión visual de formas y movimientos. Este estilo floreció desde 1600 hasta 1740.

- **Clásico:**

Es el arte desarrollado durante el periodo griego y romano. El arte clásico es esencialmente humanístico, ordenado, bien proporcionado y con formas simétricas.

- **Gótico:**

Estilo artístico que no se atuvo a las reglas clásicas del arte. Estrictamente se aplica a la arquitectura que floreció en Francia y en todo el occidente europeo entre los siglos XII y XVI. Su característica principal es la de dar mayor altura a las construcciones y la de

aligerarlas, disminuyendo la utilización de muros y sustituyendo los por vitrales con escenas sagradas. Se utilizó en la construcción de catedrales de grandes dimensiones.

- **Manierista:**

Este estilo se extendió por Europa entre 1530 y 1600. Se caracteriza por utilizar figuras que aparecen en posturas exageradas, por ejemplo, demasiado alargadas y con cabezas muy pequeñas en proporción al cuerpo. Es decir, las figuras principales de la composición son exageradas o distorsionadas. Un artista que representa muy bien esta época es el pintor español Doménico Theotocopulis, mejor conocido como "El Greco".

- **Neoclásico:**

Se le llama así al estilo que busca el resurgimiento del arte clásico en el siglo XVIII. Los artistas de esta época utilizaron, en su provecho, todas las lecciones aprendidas desde la antigüedad para señalar la importancia de los movimientos políticos y sociales de la época.

- **Romántico:**

Se aplica este concepto al estilo artístico que inicio en el siglo XVIII. En el romanticismo, el artista busca despertar la sensibilidad con temas referentes a la naturaleza y otras formas de interés emocional. La condición romántica consiste tanto en elegir un tema que inspire pasión, así como en realizar la obra de una manera libre y fuerte.

- **Renacimiento:**

Palabra de uso general para designar el surgimiento de la cultura y las artes en los siglos XIV, XV y XVI, todo ello bajo la influencia de las artes y ciencias clásicas de la antigüedad. Son

características del periodo renacentista, la armonía y belleza alcanzadas en las obras de arte realizadas durante esta época.

Acabados Gráficos.

Los consumidores de hoy cada vez son más exigentes en lo que se refiere a la calidad, estética, funcionalidad y el impacto medioambiental de impresos y envases. Por eso, los impresos con acabado marcan la tendencia. Los barnices empleados como medio de acabado son apreciados por los expertos de marketing como medio creativo de diseño. Además, protegen los impresos y envases de influencias físicas y aumentan su vida útil. La versatilidad de efectos que se pueden obtener por medio del barnizado UV es inigualada por otros sistemas. El barnizado UV confiere al envase un brillo incomparable, una hepática especial y una estética refinada. Los efectos mates, brillantes o las estructuras de relieve que se pueden alcanzar por medio del barnizado UV ayudan a reconocer un producto. Crean confianza en el producto, aumentan la atención en el campo de venta y al mismo tiempo, las ventas espontáneas. El acabado gráfico dará alas a sus ideas creativas.

Corte o refine.

El corte se realiza en tres ocasiones: Cuando recibimos tu papel y cuando el trabajo ya está impreso.

- El primer corte se hace con una escuadra perfecta, ya que muchas veces, por cuestiones de fábrica, los pliegos de papel vienen en diferentes medidas y el proceso de refinado evita este problema. Debes considerar que a un pliego se le quitan 6 mm. en el refinado.

- El segundo corte se realiza cuando el trabajo ya está impreso, en las marcas de corte de tus documentos. Para éste debes dejar rebases de por lo menos 3 mm. para que no aparezcan en tu impreso fillos blancos, cuando los elementos de diseño salgan de la página.
- Otro tipo de corte se realiza cuando se dobla un pliego para encuadernación. En este caso, el corte se hace fuera de marcas finales y el refinado se realiza cuando todo está encuadernado. El proceso de refinado de libros o documentos de muchas páginas se hace con guillotinas trilaterales, las cuales cortan en dos pasos muy rápidos los tres lados del impreso.

Doblez.

Este proceso es simple y se puede hacer en diferentes formas, dependiendo del grosor de papel, la velocidad requerida para doblar, la cantidad de doblado, etc. Para este acabado lo más importante es saber la cantidad de dobleces y la dirección de los mismos (para tener una visión general de tu trabajo realiza un dummy con los dobleces en su lugar y al 100% de su tamaño).

Las máquinas dobladoras pueden realizar hasta 5 dobleces en una sola máquina (depende de los modelos). Para realizar este proceso, los operadores ajustan el grosor del papel y la postura de tu impreso, para que se doble en el lugar correcto.

Alzado.

El término alzado se refiere al proceso de poner en orden los librillos o las hojas que conforman un folleto o libro. Este proceso se puede realizar con máquinas que arrojan pliegos

u hojas, de uno en uno, puestas en orden, con anterioridad, a lo largo de una banda móvil a mano.

Pre prensa.

La pre prensa abarca todos los pasos anteriores a la impresión. Está dividida tradicionalmente en las siguientes áreas: La composición de texto y la compaginación, la reproducción de ilustraciones gráficas y, para la impresión a todo color, la selección de color, la formación, el ensamble del texto y las ilustraciones para formar las páginas y el quemado de placas. Además hoy puede dividirse en la pre prensa convencional y pre prensa digital.

El flujo de trabajo digital generado en la preparación del mismo hace que la información esté disponible para las áreas posteriores a la impresión donde será utilizada para la preparación y operación automática de los equipos en línea.

Hace poco, los mismos operarios preparaban la mayoría de los materiales que se usaban en la pre prensa. Desde revolver los reveladores y fijadores hasta las mascarillas. No era nada malo poseer el talento, el problema era que los conocimientos eran, por su complejidad, con frecuencia intransferibles.

El flujo de trabajo digital generado en la preparación del mismo hace que la información esté disponible para las áreas posteriores a la impresión donde será utilizada para la preparación y operación automática de los equipos en línea.

Inicios de la Pre prensa.

Hoy en día la pre prensa es un medio bastante sencillo de utilizar y que con los avances tecnológicos obtenidos nos proporciona una gran cantidad de variantes.

La evolución desde los años ochenta ha eliminado prácticamente gran parte de los pasos tradicionales, desde la fotocomposición hasta el transporte convencional a la placa. La edición electrónica, (desktop publishing) mediante las PC's fue concebida originalmente como alternativa a la pre prensa y la impresión convencional del pequeño offset (autoedición). Pero pronto fue capaz de diseñar gráficas, layouts profesionales y, equipado con el software adecuado, podía capturar y procesar imágenes complejas. El idioma Postscript y las filmadoras de alta resolución con RIP completaron la innovación. La edición electrónica significa que la edición de texto y la captura de la ilustración (escáner) con ajustes y correcciones, podían ser hechas en una sola estación de computación. En conexión con una unidad de salida se pueden producir selecciones de color y páginas tramadas completas, expuestas en película con filmadora o directamente a la placa con equipos CTP. Esta tecnología incluye programas para compaginar toda la información con los siguientes pasos de impresión o acabado, incorporando marcas de registro, de corte y de dobléz.

Sin embargo el proceso de pre prensa no siempre fue así, en sus inicios cuando no se contaba con computadoras tan sofisticadas como las de hoy en día, ni máquinas de salida de negativos, la preparación de los elementos como la tipografía y las ilustraciones se realizaban de manera separada.

Los textos y los títulos tenían que ser capturados en una máquina de escribir mecánica, y después eran sometidos a un proceso de cálculo tipográfico, el cual permitía que se ocupara el espacio previamente designado para ellos.

Las pruebas de color en vez de ser realizadas en un plotter eran hechas con diferentes técnicas. Una de ellas es el cromalin, esta se realiza con una especie de positivos sobre acetatos delgados, que en la zona de imagen era posible la adherencia de pigmentos. Se hace la separación de color y se colocan los pigmentos (cian, magenta, amarillo o negro) de acuerdo a la separación. Una vez concluido lo anterior se sobreponen los cuatro colores para obtener el resultado que se pretende lograr en impresión.

Los negativos eran fotografiados sobre película tramada, la cual ya tenía una inclinación. Esta técnica resulta complicada, pues si no es centrada perfectamente la alineación del punto del tramado cambia, y con esto se corre el riesgo de que esta inclinación coincida con la de algún otro color, ocasionando muaré.

Las placas insoladas son láminas litográficas expuestas a la luz de una insolada con una mascarilla de papel mandarina y los negativos correspondientes, en la que se hace una formación manual. Una vez expuesta se coloca sobre un derrame y se una vez ahí se pone revelador con una esponja, se enjuaga y se engoma.

En la actualidad aún se utilizan estas técnicas, pero no es muy común pues la tecnología además de facilitar estos procesos refleja grandes ahorros de tiempo y dinero.

5.2 Descripción de la herramienta.

Adobe InDesign.

Es utilizado para la diagramación del manual. Este programa sirve para facilitar la preparación de archivos para medios impresos tales como: libros, revistas, textos, comercios, manuales, catálogos, etc.

Adobe Ilustrador.

Utilizado para la digitalización del Isotipo, logotipo y vectores a ser usados en el presente manual. Es un programa, 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.

Adobe Photoshop.

Es utilizado para el retoque de fotografías e imágenes que se utilizaran en la diagramación del manual. Es un programa de edición y retoque de imágenes y fotografías, este programa es utilizado por fotógrafos, diseñadores web, diseñadores gráficos, retocadores fotográficos.

5.3 Formulación del proceso de aplicación.

Diseño editorial.

5.3.1 Planificación.

Elección del nombre del fotolibro.

Análisis de fotografías

Temas

5.3.2 Propósito del proyecto.

El propósito es incentivar a los turistas a visitar este hermoso lugar y para que los pobladores conozcan de manera profunda el lugar donde viven, su cultura y tradición.

5.3.3 Tipo de publicación.

Elaboración de un foto libro con fotografías reales de los sitios turísticos, tradición y cultura.

5.3.4 Temática.

Fotografías del Lago San Pablo y sus alrededores.

5.3.5 Formato.

Formato A5

El foto libro será elaborado papel reciclado de 150 gramos, el mismo tendrá un tamaño de 15 x 15cm.

5.3.6 Número de páginas.

El foto libro será elaborado en 35 hojas 70 páginas a full color.

Desarrollo

Mapa de contenidos

Índice de imágenes

- Lago San Pablo
- Tradición
- Cultura
- Lugares turísticos
- Platos típicos

5.3.7 Estilos

Tipo de tipografía Century Gótica escogida por ser clara de leer y muy sencilla de leer apta para un foto libro

Minúsculas

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

1234567890

¡ ¨ # \$ % & / () = ? ¡ - + * _ . : ; , ' [

Mayúsculas

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

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

¡ ¨ # \$ % & / () = ? ¡ * " [] _ : ; , + -

5.3.8 Páginas máster o retícula

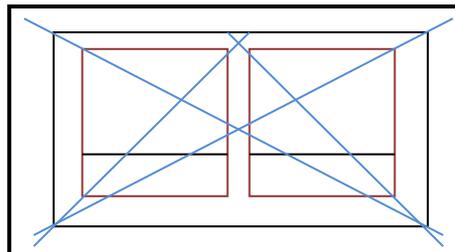
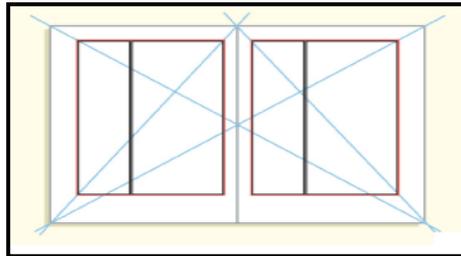
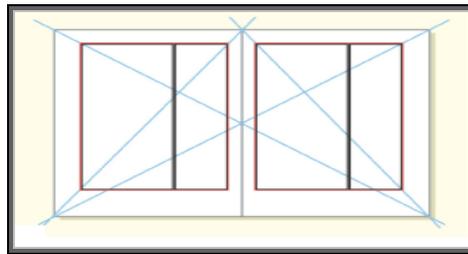


Imagen # 13

Imagen Tomada desde la web

El foto libro será armado y procesado la gran mayoría con el presente modelo de retícula.

5.3.9 Diagramación

Portada



DATOS

Lago San Pablo conocido también como Imbacucha (Laguna de las preñadillas, en quichua).

Características físicas

El lago San Pablo está ubicado a 2.660 metros sobre el nivel del mar. Tiene la forma de un óvalo irregular de 3,5 por 2,2 kilómetros.

Creación y diseño de un fotolibro, enfocado a la cultura y tradiciones del Lago San Pablo y sus alrededores

Tiene una profundidad de 3 metros en su parte central y disminuye en las orillas. La temperatura promedio es de 16 y 17 grados centígrados.

Es un hermoso ojo de agua custodiado por el volcán Imbabura y se encuentra a tan solo 5 minutos de Otavalo. Es el lago más grande de la provincia. Los indígenas salen a pescar temprano por la mañana en sus canoas de totora y también toman un baño.

Está región densamente poblada por comunidades indígenas, es uno de los 28 lagos con que cuenta ésta provincia, el cual a más de refrescar la mirada al contemplar el paisaje, deleita y distrae con la presencia de pequeños veleros blancos que cruzan en sus plácidas aguas. Es muy famosa la competencia deportiva del cruce a nado del Lago San Pablo que se realiza cada mes de Septiembre

Ubicación

Está ubicada a 4 km. de la ciudad de Otavalo, está rodeada por el volcán Imbabura y por totoras que se utiliza para la elaboración de artesanías.





Bajó entonces las laderas del cráter hasta llegar al agua, para sentir si estaba muy fría. Casi miedo tenía de entrar al lago, como para no recibir otra delusión. Pero igualmente, con los ojos un poco cerrados, entró antes con las piernas y sintió que todavía no tocaba el fondo. Bañó sus caderas y la barriga, sorprendido de no tocar todavía tierra con los pies. Por último hundió sus espaldas hasta los hombros y cual emoción probó por primera vez en averiguar que podía finalmente gozar de un verdadero baño. Miraba arriba el cielo y se sentía a su gusto en esa espléndida bañera donde hasta podía reposar la cabeza en los islotes del lago.

El gigante y la laguna

El gigante que hace tiempo vivía en San Pablo y era el no poder bañarse por falta de una laguna lo suficientemente profunda. El mar claro, podía ser una solución, pero lejos quedaba el océano de los Andes del norte donde él vivía, y no siempre el gigante tenía ganas de andar tanto para un baño. Además, el mar salado le dejaba la piel muy seca y con el sol y el viento aún más se podía arruinar. Por eso cada paso del gigante era también una búsqueda de una laguna que pudiera ser adecuada para sus necesidades.

Lago San Pablo

Una de las especies que habitan en el Lago San Pablo son los patos salvajes, que dan un espectáculo



Los habitantes del Lago San Pablo aprovechan de los recursos que le brinda la madre tierra, creando balsas de totora para diversas actividades

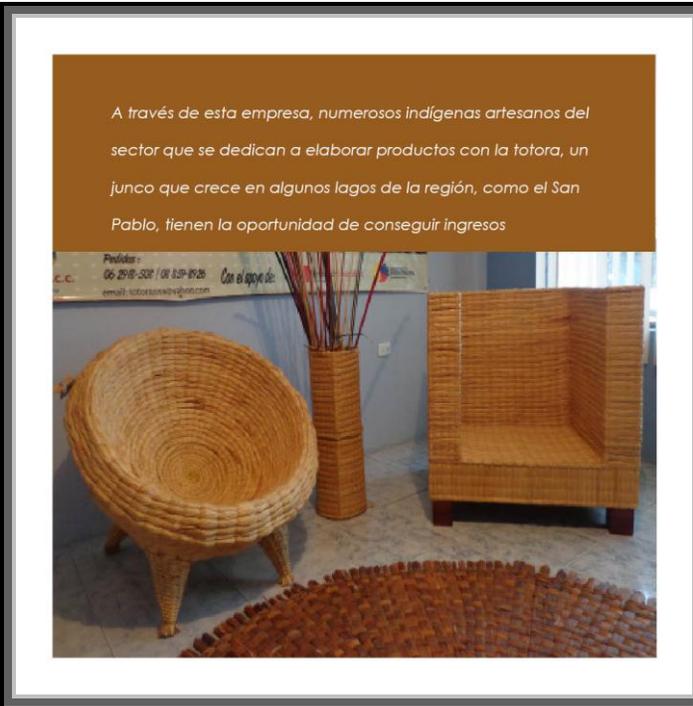
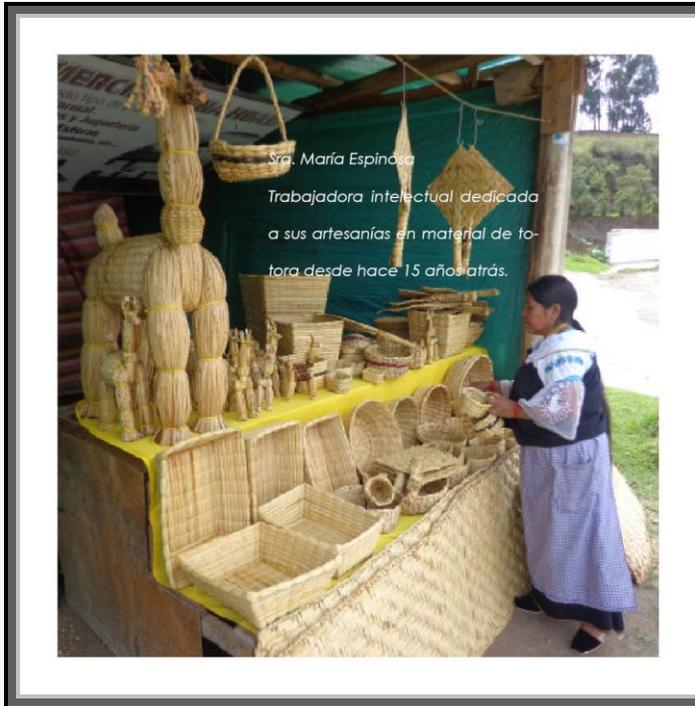


Lago San Pablo

El proceso para la elaboración de las artesanías inicia con la cosecha de la planta de totora. Se la hace secar y se clasifica la calidad de la misma; a continuación, dependiendo de la forma o figura a darle, se toma el molde base y se procede a tejer, en ciertos casos se requiere de piola de nylon para sujetar,



Totora



Artesanías con totona



Entre los productos que se elaboran con la totora, que es un junco que crece en el lago San Pablo y en otros lagos de la provincia de Imbabura, se encuentran carteras, muebles, canastas y más.



Artesanías con totora



Totora Sisa, una empresa comunitaria surgida por iniciativa de los principales actores sociales de la parroquia de San Rafael de la Laguna, como la Junta Parroquial de San Rafael de la Laguna.

Artesanías con totora



Entre los productos que se elaboran con la totora, que es un junco que crece en el lago San Pablo y en otros lagos de la provincia de Imbabura, se encuentran carteras, muebles, canastas y más.



Artesanías con totora



Totora Sisa, una empresa comunitaria surgida por iniciativa de los principales actores sociales de la parroquia de San Rafael de la Laguna, como la Junta Parroquial de San Rafael de la Laguna.

Artesanías con totora

Humildad sencilla es lo que nos reflejan nuestros pueblos ancestrales, varias comunidades indígenas quichuas forman parte de San Pablo del Lago y sus alrededores



Tradición y cultura

Buscando un futuro más humano en el espacio que se ha ganado, para llevar el pan del día



Don Domingo oriundo de las faldas del Imbabura, nos cuenta que dedica su tiempo a la agricultura y ganadería dice que es mejor trabajar en casa para no ser explotado



Tradición y cultura



*Inti Raymi, la fiesta del sol y de la buenas cosechas
San Pablo del Lago, de la Provincia de Imbabura uno de los
Pueblos más representativos por sus tradiciones ancestrales,
celebra sus fiestas del Sol. Se mezclan las culturas con el pueblo
mestizo y afro ecuatoriano.*



Tradición y cultura



Tradición y cultura



Tradición y cultura



El Ardo antes de la siembra. En las grandes planicies de terreno se divide a un hombre y un semoviente que comienzan a formar surcos sobre la tierra. El silbido del viento y el canto alegre de las aves los acompañan. Poco a poco la planicie queda formada en líneas rectas e iguales como elaboradas por un gran arquitecto o por las manos hábiles de un artista.



"Chi, chi, chi", es el sonido que produce el campesino como una advertencia para que el animal no se distraiga, mientras con una de sus manos empuña el arado de manera firme.

Tierras y frutos

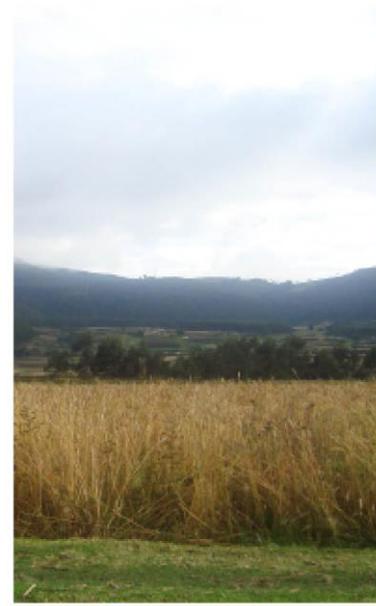
*San Pablo del Lago provincia de Imbabura
cuenta con una vasta extensión de suelo que permite diversificar
la actividad productiva en lo referente a agricultura.*



*Papas los productos son variados,
dependiendo del sector
geográfico donde se desarrollen*



Tierras y frutos



Trigo

Es un cereal muy digerible si está bien cocinado. Estimula el sistema neurovegetativo, siendo aconsejado como tónico nervioso y cardíaco. Útil tanto para el trabajo físico, como para la tarea intelectual.

Tierras y frutos

Frutilla

La frutilla es una fruta que se puede utilizar en un ciento por ciento. Así, sus hojas y raíces pueden emplearse para tratar enfermedades y su pulpa, para preparar compresas para limpiar la piel de impurezas.



Tierras y frutos



Iglesias de San Pablo del Lago y sus alrededores



Iglesias de San Pablo del Lago y sus alrededores



Iglesias de San Pablo del Lago y sus alrededores



San Pablo del Lago así consta en su nombre original se remonta hasta los años 1570, en que según el sacerdote Antonio Borja fue fundada como pueblo

Plaza de San Pablo



La Rinconada

Las montañas han estado estrechamente relacionadas con historias, mitos, leyendas y encuentro con Dios y con sabios.



De manera especial han marcado el encuentro con uno mismo.

La belleza de su paisaje y sus formas cautivaban mi atención.

Sus hermosos valles y cascadas.

Montañas para acampar



Montañas para acampar



Zuleta está ubicado al norte de la ciudad de Quito, provincia de Imbabura, parroquia Angochagua a 2 horas y 30 minutos de Quito. Zuleta es una comuna rodeada de hermosos paisajes naturales como el mirador el Cunru, la laguna del Cubilche, el Bosque Protector; Nuevo paraje de alpacas y el majestuoso volcán Cayambe.....



Volcánicos de Cubilche (3.882m), Cochaloma el Cunru y otros hasta concluir con el alto Imbabura (4.630m). Estos forman una hoya que inicia en el cerro Cusin y se abre como abanico dando origen al principal lecho Hidrológico que es la laguna de San Pablo,



Montañas para acampar



Nuestras cabalgatas, de aproximadamente dos horas de duración, recorren diversos senderos espectaculares que serpentean por parajes montañosos que ofrecen hermosas vistas panorámicas de los volcanes y más



Una de las actividades más populares que realizan nuestros visitantes es la cabalgata guiada a través de senderos de montañas.

Cabalgatas o paseos a caballo

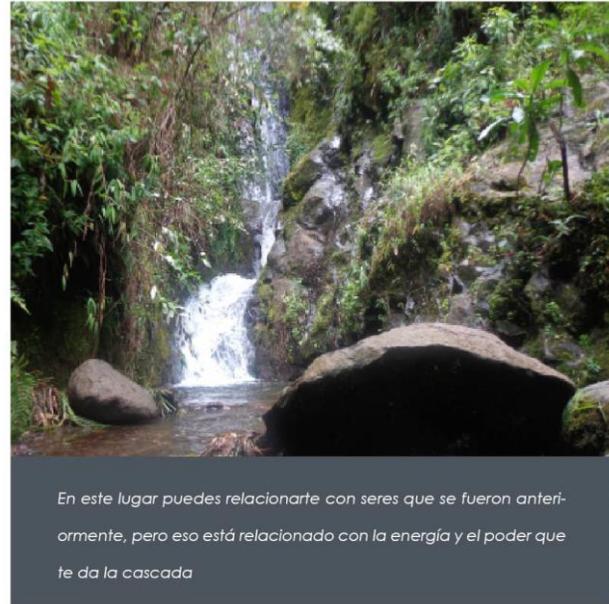
Las mejores horas para programar las cabalgatas son la mañana, después de desayunar, o después de almuerzo.



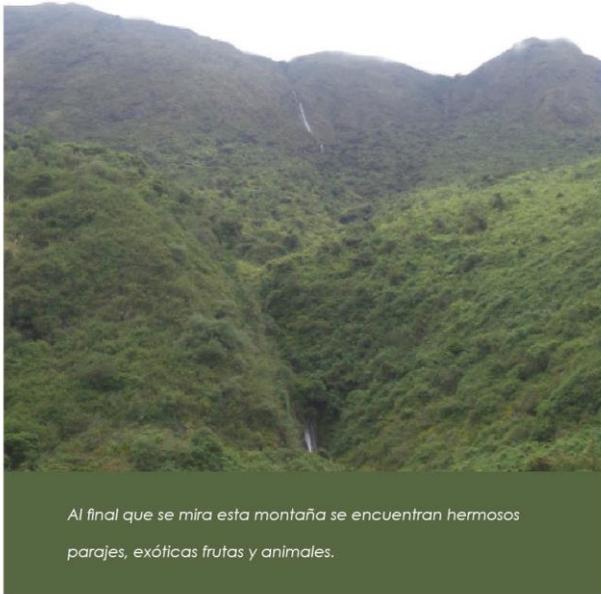
Comparta en familia y disfrute de un paisaje sin igual. se planifican actividades para el deleite de los lugareños y de quienes deseen visitar este rincón Imbabureño.



Cabalgatas o paseos a caballo



La Rinconada y sus cascadas



Al final que se mira esta montaña se encuentran hermosos parajes, exóticas frutas y animales.



Antes de llegar a las cascadas te encontraras con estos hermosos riachuelos para refrescarte, las mismas tienen 1,50cm proveniente de la misma pacha

La Rinconada y sus cascadas



*Cascada de la Toma
elemental para la salud y vida del ser humano*



La Toma

Las cascadas son los elementos de la naturaleza más representativos para los pueblos indígenas, pues aquí ellos recargan energías y piden por su salud.

La Rinconada y sus cascadas

El Musgo
Se usan
como
decoración
navideña
comercio de
flores
decoración
doméstica
como medio
de cultivo
para otras
plantas



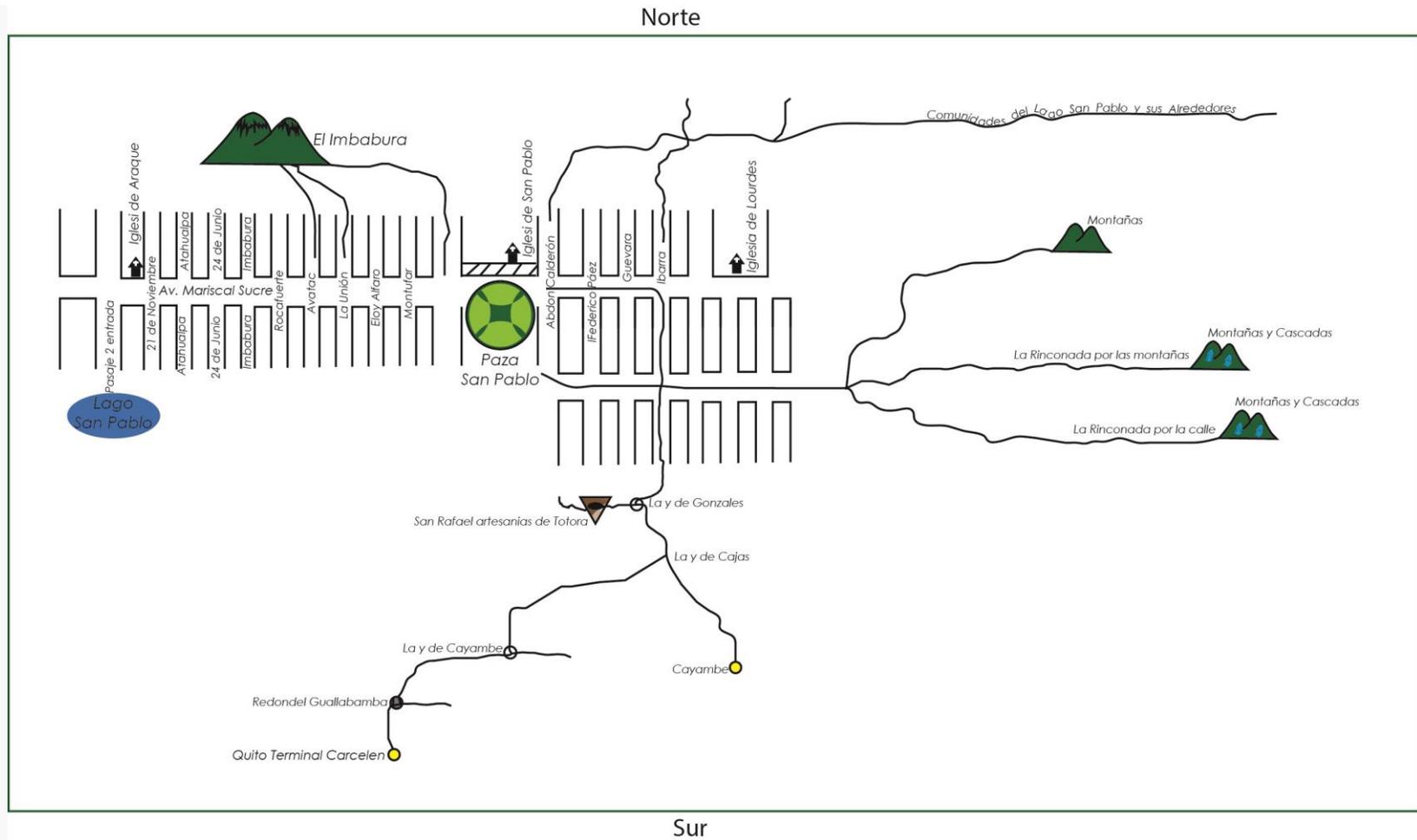
Musgo



Platos típicos

<p><i>Tripa de res lavada</i></p> <p><i>Cucharadas de achiote en pepa</i></p> <p><i>Cucharaditas de sal</i></p> <p><i>Cucharadita de comino</i></p> <p><i>Cebolla blanca</i></p> <p><i>Diente de ajo</i></p> <p><i>Cucharadas de jugo de limón</i></p> <p><i>Cucharadas de aceite</i></p> <p><i>Libras de papas pequeñas</i></p>	<p><i>Tripa Mishqui</i></p> 	<p><i>2 Libras de Librillo</i></p> <p><i>4 onzas de cebolla paitiña finamente picada</i></p> <p><i>1 huevo cocido duro</i></p> <p><i>4 onzas de zanahoria amarilla cocida y picada</i></p> <p><i>1 onza de maní tostado</i></p> <p><i>½ libra de arvejas tiernas</i></p> <p><i>1 onza de mantequilla</i></p> <p><i>1 taza de leche</i></p> <p><i>Sal y pimienta al gusto</i></p>	<p><i>Papas con Librillo</i></p> 
--	---	--	--

Platos típicos



5.3.10 Imagen corporativa

Maquetación

Se realizara una maqueta con el lago San pablo

Pre Prensa

El armado del proyecto está en un área de impresión centrada y armado en ilustrador tiros y retiros por separado, con las guías de corte con su respectivo exceso o bañado. Páginas especiales se armaran en illustrator.

Prensa

La impresión se la realizara en por medio de placas de aluminio el proyecto se imprimirá en papel Cucho. La portada y contra portada se imprimirá en una pasta resistente.

Post Prensa

- Pasta dura
- Grafado
- Refilado
- Barniz selectivo
- Encolado

Marketing y distribución

Brief de la guía del manual instructivo.



El foto libro cuenta con fotografías de sitios turísticos cultura, tradición, para aumentar el turismo que la gente del Lago San Pablo vea el turismo como una fuente de ingresos.

Con la información de este fotolibro los turistas puedan llegar a visitar el Lago San Pablo y sus alrededores sin ningún problema.

ESTRATEGIA CREATIVA

Beneficios racionales: Innovación, Tecnología

Beneficios emocionales: Curiosidad, Emoción, Seguridad

Mensaje básico: Disfruta sanamente al máximo

Tono: Indiferente

Estilo: Informal

Reason why: Se utilizara el mensaje básico **Disfruta sanamente al máximo** por sus diversos sitios llenos de vida y adrenalina.

Eje de campaña: Conocer a fondo el Lago San Pablo y sus alrededores

PLAN DE MEDIOS.

Medio principal roll up



Medio secundario afiche



Creación y diseño de un fotolibro, enfocado a la cultura y tradiciones del Lago San Pablo y sus alrededores

Promoción.- Al momento que lleguen turista se le obsequiara un llavero como recuerdo por visitar el Lago San Pablo que será tallado en alpaca.

Etapa	Tiempo	Pieza
Se colocara un roll up en la terminal de Carcelén para que los turistas se informen del Lago San Pablo y sus alrededores.	1 meses	Afiche
Se repartirá hojas volantes al momento que la Gente ingrese al terminal de Carcelén.	1 mes	Flyers

CAPÍTULO VI

ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 Recursos.- Para la realización del proyecto se utilizó los siguientes recursos

Impacto social.- Llegar a incrementar la afluencia de turistas nacionales e internacionales a San Pablo del Lago, mejorando así la economía de la zona (su gente), incentivando su avance económico, social, tecnológico, con el fin de dar a conocer las cualidades que este paraje tiene en sus alrededores.

Económicos

Impacto ambiental.- Para la impresión del foto libro se tomará muy en cuenta cuáles serán los beneficiarios del mismo sin embargo estamos proyectando manejar de preferencia este material de manera digital, es decir que si un turista busca viajar por San Pablo del Lago se hará llegar este material.

6.2 Presupuesto

Capital solventado por mí mismo.

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Impresiones	100	0,25	25,00
Viajes hacia el Lago San Pablo	10	10,00	100,00
Luz	3 meses	5,00	15,00
Pasajes	3 meses	25,00	75,00
Internet	3 meses	8,00	24,00
Extras	1	60,00	63,50
Impresiones de fotolibro	2	130,00	260,00
TOTAL			562,50

6.3 Cronograma

N°	Actividad	Responsable	Tiempo					Resultados Esperados
			Mes	Semana				
				1	2	3	4	
1	Investigar todos los antecedentes del tema.	Investigadora	Octubre	x	x	x	x	Información seleccionada sobre el tema.
2	Capítulo I finalizado	Investigadora	Octubre	x				Información finalizada
3	Identificación de los Involucrados	Investigadora	Octubre		x			Analizar a los involucrados en el tema.
4	Capítulo II finalizado	Investigadora	Noviembre				x	involucrados
5	Toma de fotografías y recopilación de la información	Investigadora	Noviembre	x	x	x		Información organizada.
6	Analizar los problemas y objetivos	Investigadora	Diciembre		x			Árbol de Problemas y Objetivos realizados
7	Análisis de Alternativas, tamaño y localización del proyecto.	Investigadora	Diciembre	x	x	x	x	Indicadores, Medios de Verificación y Supuestos realizados.
8	Realizar la Matriz del Marco Lógico	Investigadora	Enero				x	Matriz Marco Lógico
9	Desarrollo de la Propuesta	Investigadora	Enero	x	x	x	x	Correcciones
10	Diseño de la portada y demás	Investigadora	Febrero	x	x	x	x	Información recopilada.
11	Guía didáctica Diagramada	Investigadora	Febrero	x	x			Propuesta
12	Gastos del proyecto	Investigadora	Marzo				x	Presupuesto
13	Conclusiones y Recomendaciones	Investigadora	Marzo				x	Capítulo 6 y 7

CAPITULO VII

7.1 Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

- El fotolibro será un instrumento de guía turístico ya sea para Nacionales o Extranjeros y así podrán visitar los lugares atractivos del Lago San Pablo y sus alrededores.
- El Lago San Pablo contará con un instrumento de gran importancia para darse a conocer en el país y posiblemente en el mundo.
- La elaboración de este foto libro ayudará a incentivar el turismo en la zona.
- Después de haber investigado sobre la cultura y tradición del Lago San Pablo y sus alrededores se afirma que ha dado impacto positivo con la elaboración del presente foto libro.
- A más de los lugares turísticos de la zona se da a conocer sus celebraciones, platos típicos, agricultura y más.
- Los ingresos para los pobladores incrementará por la mayor visita de turistas.
- El foto libro será para los pobladores un identificativo de su cultura y tradición.
- Con el material realizado, se concientizará a su gente a preservar y defender el entorno natural del Lago San Pablo y sus alrededores.
- Con este proyecto se incentiva a dejar a un lado el racismo y concientizar a la gente para que la cultura de nuestros pueblos continúe.



Recomendaciones

- Valorar el lugar, sin dañar su ecosistema, manteniendo limpio y en buen estado todos los alrededores del Lago San Pablo.
- Debemos apoyar a fomentar más proyectos sobre el turismo.
- Los pobladores deberán brindar un buen trato a los visitantes, para que se sientan complacidos al visitar el Lago San Pablo.
- Contribuir a que el fotolibro sea conocido por más gente y se interese en visitar al Lago San Pablo y sus alrededores.
- Difundir el fotolibro a los visitantes de la zona para que conozcan las maravillas que posee el Lago San Pablo y sus alrededores.
- El municipio de Otavalo debería mejorar las áreas del Lago San Pablo y sus alrededores.
- Debería haber mayor inversión para el desarrollo de la ciudad del Lago San Pablo.
- Con la colaboración de los habitantes del Lago San Pablo y sus alrededores se podría crear nuevos negocios sustentables, que ayuden al turismo de la zona y a la propia economía de los mismos.

Referencias bibliográficas

- www.Google.com
- Plata A. (29 de junio de 2013). *INTERNET. Maestría en Tecnologías para el Aprendizaje*. Obtenido de INTERNET. Maestría en Tecnologías para el Aprendizaje: <http://meta-aportaciones.blogspot.com>
- Ander Eqq, Ezequiel; como elaborar un proyecto-guía p/diseñar proyecto
- http://www.ehow.com/about_5101282_adobe-indesign.html
- <https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0C8QFjAB&url=http%3A%2F%2Ftipsprerensa.blogspot.com>
- <https://sites.google.com/site/zeira90create/proceso-de-impresion-paso-a-paso/prerensa>
- Peña J. (27 de junio de 2013). *INTERNET. Maestría en Tecnologías para el Aprendizaje*. Obtenido de INTERNET. Maestría en Tecnologías para el Aprendizaje: <http://meta-aportaciones.blogspot.com>
- Santamaría, L. (10 de Enero de 2014). *vanguardia.com*. Obtenido de *vanguardia.com*: <http://blogs.vanguardia.com>