



INSTITUTO TECNOLÓGICO  
CORDILLERA

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

ELABORACIÓN DE UN FOTOLIBRO DE LOS LUGARES TURÍSTICOS DE LA  
CIUDAD DE INTAG PROVINCIA DE IMBABURA

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

Autor: Juan Carlos Vinueza Morales

Tutor: Ing. Marco Yamba

Quito, Octubre 2014



## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Vinueza Morales Juan Carlos, declaro que soy el único autor del presente proyecto de grado titulado: "Elaboración de un fotolibro de los lugares turísticos de la ciudad de Intag Provincia de Imbabura", y autorizo al Instituto Tecnológico Superior Cordillera, para que haga el uso que considere pertinente sobre dicho proyecto.

---

Vinueza Morales Juan Carlos

CI: 100408913-0



## 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 Vinueza Morales Juan Carlos 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 *“Elaboración de un fotolibro de los lugares turísticos de la ciudad de Intag Provincia de Imbabura”*, el cual incluye la creación y desarrollo del 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 creación 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. El Cesionario podrá explotar el 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; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización; 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 del fotolibro que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del fotolibro 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 15 días del mes de Octubre del dos mil catorce.

f) \_\_\_\_\_  
Vinueza Morales Juan Carlos  
**CEDENTE**

f) \_\_\_\_\_  
Instituto Superior Tecnológico Cordillera  
**CESIONARIO**



## AGRADECIMIENTO

A toda mi familia y licenciados que me han instruido por el camino del bien y de la enseñanza en manera especial a mi madre y a mi padre que son mi principal inspiración ya que han sido el vivo ejemplo de lucha y superación y un motivo para superarme como profesional, de la misma manera al Instituto Superior Tecnológico Cordillera por a verme dado la oportunidad de formarme de manera profesional como Caballero, a mis compañeros por comprenderme y apoyarme de manera incondicional.



## DEDICATORIA

El proyecto en sí va dedicado primeramente a Dios que me ha cuidado y me ha dado sabiduría para poder cumplir con una meta más de mi vida, a mi familia que no me abandonado en ningún momento, pero especialmente a mi madre y padre ya que ellos siempre me apoyaron incondicionalmente y de ellos aprendido muchos valores sobre la vida con sus palabras motivaban a seguir con la carrera profesional.



## ÍNDICE GENERAL

|                                                                            |      |
|----------------------------------------------------------------------------|------|
| DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....                                                | i    |
| CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL.....               | ii   |
| AGRADECIMIENTO .....                                                       | iv   |
| DEDICATORIA.....                                                           | v    |
| ÍNDICE GENERAL .....                                                       | vi   |
| ÍNDICE DE TABLAS.....                                                      | viii |
| ÍNDICE DE FIGURAS.....                                                     | x    |
| RESUMEN .....                                                              | xi   |
| ABSTRACT .....                                                             | xii  |
| INTRODUCCIÓN .....                                                         | xiii |
| CAPÍTULO I.....                                                            | 1    |
| 1.01 Contexto.....                                                         | 1    |
| 1.02 Justificación.....                                                    | 2    |
| 1.03 Definición del Problema Central (Matriz T) .....                      | 3    |
| CAPÍTULO II.....                                                           | 4    |
| 2.01 Mapa de Involucrados .....                                            | 4    |
| 2.02 Matriz de análisis y selección con los involucrados.....              | 5    |
| CAPÍTULO III.....                                                          | 6    |
| 3.01 Árbol de Problemas .....                                              | 6    |
| 3.02 Árbol de Objetivos .....                                              | 7    |
| CAPÍTULO IV.....                                                           | 8    |
| 4.01 Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones ..... | 8    |
| 4.01.01 Tamaño del Proyecto .....                                          | 9    |
| 4.01.02 Localización del Proyecto .....                                    | 9    |



---

|                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------|----|
| 4.01.03 Análisis Ambiental.....                                      | 10 |
| 4.02 Matriz de análisis de impacto de los objetivos .....            | 11 |
| 4.03 Diagrama de Estrategias .....                                   | 13 |
| 4.04 Construcción de la matriz de marco lógico.....                  | 14 |
| 4.04.01 Revisión de criterios de Indicadores .....                   | 14 |
| 4.04.02 Selección de indicadores .....                               | 19 |
| 4.04.03 Medios de Verificación.....                                  | 23 |
| 4.04.04 Supuestos .....                                              | 28 |
| CAPÍTULO V.....                                                      | 36 |
| 5.01 Antecedentes de la herramienta del perfil de la propuesta ..... | 36 |
| 5.02 Descripción de la herramienta .....                             | 36 |
| 5.03 Formulación del proceso de aplicación .....                     | 38 |
| CAPÍTULO VI.....                                                     | 56 |
| 6.01 Recursos.....                                                   | 56 |
| 6.02 Presupuesto .....                                               | 57 |
| 6.03 Cronograma.....                                                 | 58 |
| CAPÍTULO VII.....                                                    | 60 |
| 7.01 Conclusiones .....                                              | 60 |
| 7.02 Recomendación .....                                             | 61 |
| Bibliografía VIII.....                                               | 62 |



## ÍNDICE DE TABLAS

|                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------|----|
| Tabla 1 Matriz T .....                                            | 3  |
| Tabla 2 Matriz de análisis y selección con los involucrados ..... | 5  |
| Tabla 3 Matriz de análisis de impacto de los objetivos .....      | 11 |
| Tabla 4 Revisión de criterios de indicadores fin .....            | 14 |
| Tabla 5 Revisión de criterios de indicadores propósito .....      | 15 |
| Tabla 6 Revisión de criterios de indicadores campo - mentes ..... | 16 |
| Tabla 7 Revisión de criterios de indicadores actividades .....    | 17 |
| Tabla 8 Selección de indicadores fin .....                        | 19 |
| Tabla 9 Selección de indicadores propósito .....                  | 20 |
| Tabla 10 Selección de indicadores campo - mentes .....            | 20 |
| Tabla 11 Selección de indicadores actividades .....               | 21 |
| Tabla 12 Medios de verificación fin .....                         | 23 |
| Tabla 13 Medios de verificación propósito .....                   | 24 |
| Tabla 14 Medios de verificación campo - mentes .....              | 25 |
| Tabla 15 Medios de verificación actividades .....                 | 26 |
| Tabla 16 Supuestos fin .....                                      | 28 |
| Tabla 17 Supuestos propósito .....                                | 29 |
| Tabla 18 Supuestos campo - mentes .....                           | 30 |
| Tabla 19 Supuestos actividades .....                              | 31 |
| Tabla 20 Matriz Marco Lógico .....                                | 33 |
| Tabla 21 Tipografía .....                                         | 45 |



---

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| Tabla 22Gastos operativos .....      | 57 |
| Tabla 23Aplicación del proyecto..... | 57 |
| Tabla 24Cronograma .....             | 58 |



---

## ÍNDICE DE FIGURAS

|                                                                                 |    |
|---------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figuras 1 Mapa de Involucrados.....                                             | 4  |
| Figuras 2 Árbol de Problemas .....                                              | 6  |
| Figuras 3 Árbol de Objetivos.....                                               | 7  |
| Figuras 4 Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones ..... | 8  |
| Figuras 5 Diagrama de estrategias .....                                         | 13 |



## RESUMEN

La ciudad de Intag provincia de Imbabura, actualmente está sin visitas de turistas y muy bajo rango de comercio. Los fotolibros son álbumes de fotos personalizadas diseñados en forma digital que permiten ubicar en la misma hoja varias imágenes, textos, fondos, etc.

Este fotolibro es una visión de la ciudad de Intag, imágenes que ilustran los lugares turísticos de esta ciudad, con el fin de destacar principalmente su estilo a través de elementos claros, utilizados en el diseño gráfico, tomando en cuenta la falta de productos gráficos impresos que muestren la realidad de los lugares turísticos.

El presente proyecto presenta la creación de un fotolibro, de los lugares turísticos de la ciudad de Intag provincia de Imbabura, y su propósito es permitir con el mismo, se pueda hacer un recorrido por los lugares más visitados y por los lugares menos visitados de esta misma ciudad, generando así una afluencia de turistas, tanto a los lugares más reconocidos como aquellos que no poseen reconocimiento de los lugares turísticos de esta hermosa ciudad de Intag. Imágenes de su ecología, biología, arqueológica histórica que son muy diversas.

El presente proyecto está dirigido a todos los turistas, que necesitan obtener información eficaz tanto visual, como escrita para poder auto guiarse en la visita de los lugares turísticos de la ciudad de Intag provincia de Imbabura.



## ABSTRACT

Intag City Imbabura province currently without visits of tourists and very low trading range. The Photobooks are personalized photo albums digitally designed to allow you to place on the same sheet multiple images, text, backgrounds, etc.

This photo book is a vision of the city Intag images that illustrate the sights of the city, mainly in order to highlight their style through clear elements, used in graphic design, taking into account the lack of printed graphics products showing the reality of the sights.

This project is creating a photobook of the sights of the city of Intag province of Imbabura, and its purpose is to allow the same, you can take a tour of the most visited and least visited places by this same city, generating an influx of tourists, both more recognized as those without recognition of the sights of this beautiful city of Intag places. Images of their ecology, biology, and historical archeology those are very diverse.

This project is aimed at all tourists, who need to obtain both effective visual information, and written to the self-guided tour of the sights of the city of Intag Imbabura province.



INSTITUTO TECNOLÓGICO  
"CORDILLERA"



## INTRODUCCIÓN

La falta de un fotolibro de los lugares turísticos de la ciudad de Intag provincia de Imbabura me ha dado la oportunidad de diagramar un fotolibro y de esta manera poder difundir los lugares turísticos, y así promover los sitios más populares a los turistas e incrementando las visitas, comercio llegando a un nivel mayor en visitas en la ciudad de Intag.



---

## CAPÍTULO I

### ANTECEDENTES

#### 1.01 Contexto

La ciudad de Intag provincia de Imbabura, actualmente está sin visitas de turistas y muy bajo rango de comercio. En el transcurso de los últimos años no ha tenido un reconocimiento significativo en el comercio y visitas turísticas por el cual no han alcanzado un nivel mayor que el acostumbrado, por el que no existe un reconocimiento de esta ciudad.

Intag es un sitio donde la amabilidad de su gente es lo que le caracteriza, a más de la gran diversidad biológica existente, en este rincón del mundo. Intag está catalogado entre las 36 ciudades de biodiversidad en el mundo, el mismo que se ve amenazado por la posible implementación de fuentes extractoras de recursos minerales, es así que desde sus habitantes surgen varias iniciativas socio organizativas, donde el aporte de voluntarios externos y la voluntad de sus habitantes construimos juntos una diversidad de iniciativas del desarrollo alternativo manteniendo los principios de respeto y convivencia armónica, con este ecosistema único de este bello lugar.

Los Fotolibros son álbumes de fotos personalizados diseñados en forma digital que permiten ubicar en la misma hoja varias imágenes, textos, fondos, etc. El Fotolibro es el medio utilizado por algunos de los principales fotógrafos para producir sus mejores obras, un modelo para presentar, comunicar y leer fotos cada vez más reconocido como el mejor medio para presentar conjuntos fotográficos.

## 1.02 Justificación

Este fotolibro es una visión de la ciudad de Intag, imágenes que ilustran los lugares turísticos de estaciudad, con el fin de destacar principalmente su estilo a través de elementos claros, utilizados en el diseño gráfico, tomando en cuenta la falta de productos gráficos impresos que muestren la realidad de los lugares turísticos.

El presente proyecto presenta la creación de un fotolibro, de los lugares turísticos de la ciudad de Intag provincia de Imbabura, y su propósito es permitir con el mismo, se pueda hacer un recorrido por los lugares más visitados y por los lugares menos visitados de esta misma ciudad, generando así una afluencia de turistas, tanto a los lugares más reconocidos como aquellos que no poseen reconocimiento de los lugares turísticos de esta hermosa ciudad de Intag.

Se realizó una investigación de la ciudad de Intag para lo cual se va a realizar un fotolibro compuesto por imágenes que van acompañadas de textos. Imágenes de su ecología, biología, arqueológica histórica que son muy diversas.

Por esta razón la investigación y realización del presente producto se acerca más a la realidad y al contacto de lo urbano con la sociedad, al dar contribución de esta manera a la formación académica y profesional aplicando los métodos, técnicas y destrezas aprendidas, en relación al diseño gráfico y su trabajo dentro del producto.

El fotolibro es muy importante ya que tiene un carácter específico, algo diferente a la fotografía impresa, ya que el resultado final es un delicado trabajo de arte.

Existe una reproducción de opciones a partir de las cuales se postula la identidad histórica de la ciudad de Intag, en este contexto es importante señalar que al desarrollar propias técnicas para la elaboración del fotolibro se utilizaran elementos gráficos y características particulares que se aplican en el campo industrial y comercial.

Este tema se va a profundizar más adelante, dentro de un criterio histórico sobre estedesarrollo turístico.

### 1.03 Definición del Problema Central (Matriz T)

**Tabla 1**Matriz T

| ANÁLISIS DE FUERZAS T                                                                                 |                                                           |    |   |    |                                                                    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|----|---|----|--------------------------------------------------------------------|
| Situación Empeorada                                                                                   | Situación Actual                                          |    |   |    | Situación Mejorada                                                 |
| Pérdida económica en la ciudad de Intag                                                               | Baja cantidad de visitas turísticas en la ciudad de Intag |    |   |    | Afluencia turística en la ciudad de Intag                          |
| Fuerzas Impulsadoras                                                                                  | I                                                         | PC | I | PC | Fuerzas Bloqueadoras                                               |
| Las vías de acceso se encuentran en buen estado                                                       | 5                                                         | 5  | 3 | 2  | Desinterés por parte del Ministerio de transporte y obras públicas |
| Excelente calidad en los servicio turísticos                                                          | 4                                                         | 4  | 3 | 2  | Personal no capacitado                                             |
| Fortalecimiento de la actividad turística                                                             | 3                                                         | 4  | 4 | 3  | Desinterés por parte de las autoridades                            |
| Disposición de Turistas y Empresas Operadoras de turismo                                              | 2                                                         | 4  | 3 | 2  | Poca difusión                                                      |
| Albergan una gran diversidad de ambientes naturales con una cantidad considerable de bosques nublados | 4                                                         | 4  | 3 | 2  | Mantenimiento inadecuado                                           |

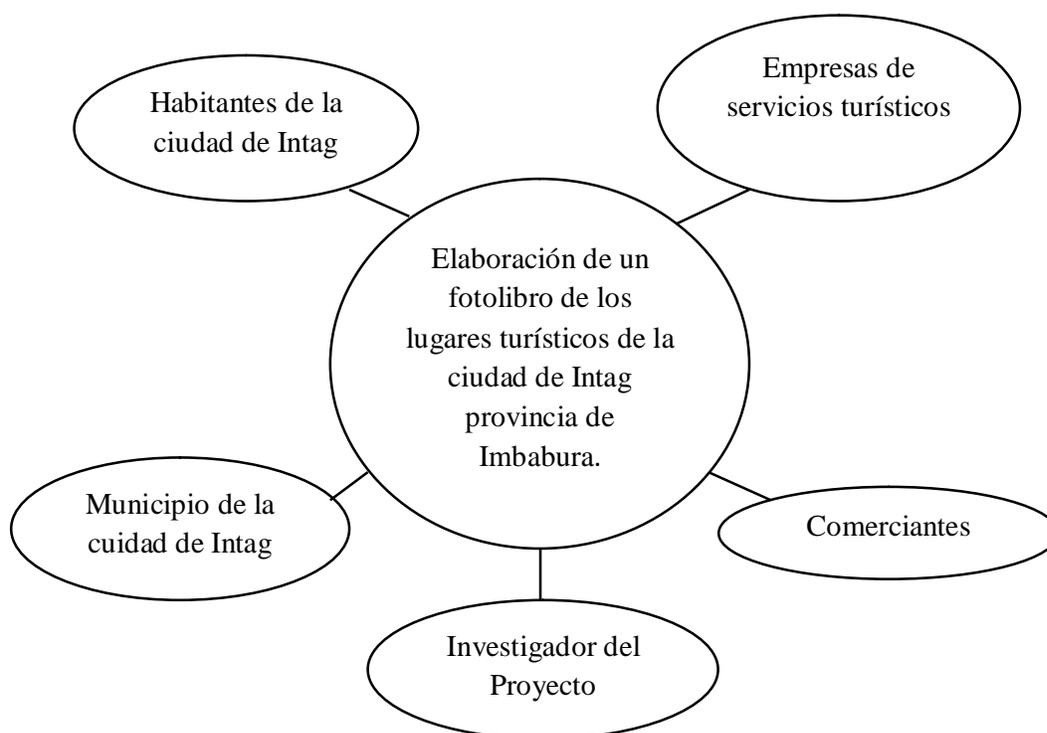
**Elaborado por:** Juan Carlos Vinueza Morales

## CAPÍTULO II

### ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS

#### 2.01 Mapa de Involucrados

**Figuras 1** Mapa de Involucrados



**Elaborado por:** Juan Carlos Vinueza Morales

## 2.02 Matriz de análisis y selección con los involucrados

**Tabla 2** 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                                   |
|----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| Habitantes de la ciudad de Intag | Contribuir con la ciudad<br><br>Mayor afluencia de turistas                      | Poco interés de contribuir por parte de los habitantes<br><br>No existe información adecuada | Información de las visitas que reciben en la ciudad                                | Brindar ayuda para el cuidado de los lugares turísticos y de la ciudad                       | Escasos recursos económicos<br><br>Falta de organización |
| Empresas de servicios turísticos | Implementar planes de servicio a los turistas                                    | Escasos de personal capacitado                                                               | Leyes que aplican con los servicios turísticos                                     | Brindar un buen servicio<br><br>Generar nuevas rutas y mercados turísticos                   | Poca organización                                        |
| Municipio de la ciudad de Intag  | Implementar planes de ayuda para el cuidado de los lugares turísticos            | Escasas iniciativas de conservación para los lugares turísticos de la ciudad                 | Información de la ciudad y sus habitantes                                          | Apoyar iniciativas de conservación para el cuidado de los lugares turísticos                 | Poca organización y falta de recursos económicos         |
| Comerciantes                     | Brindar un buen servicio a los turistas visitantes                               | Alto desconocimiento de sus servicios                                                        | Proveer de servicios o productos que sean de gran agrado por parte de los turistas | Adquirir ganancias por sus servicios brindados                                               | Competencia entre comerciantes                           |
| Investigador del proyecto        | Realizar fotografías de los lugares turísticos para la atracción de los turistas | Pocas iniciativas para la atracción de los turistas                                          | Tecnología, programas de diseño e innovación, talento humano                       | Diseñar el fotolibro para informar a los turistas, sobre los lugares turísticos de la ciudad | Recopilación de información                              |

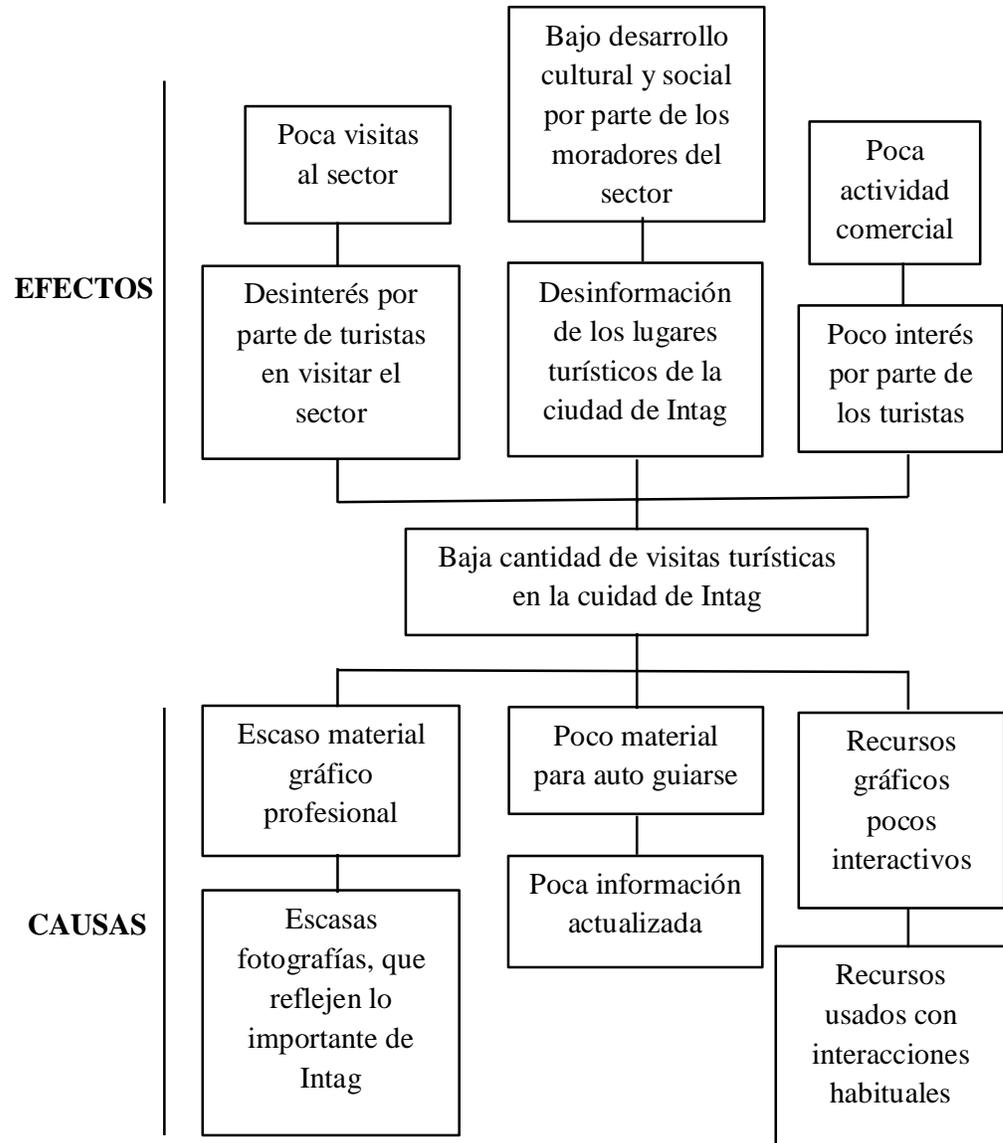
**Elaborado por:** Juan Carlos Vinueza Morales

### CAPÍTULO III

#### PROBLEMAS Y OBJETIVOS

##### 3.01 Árbol de Problemas

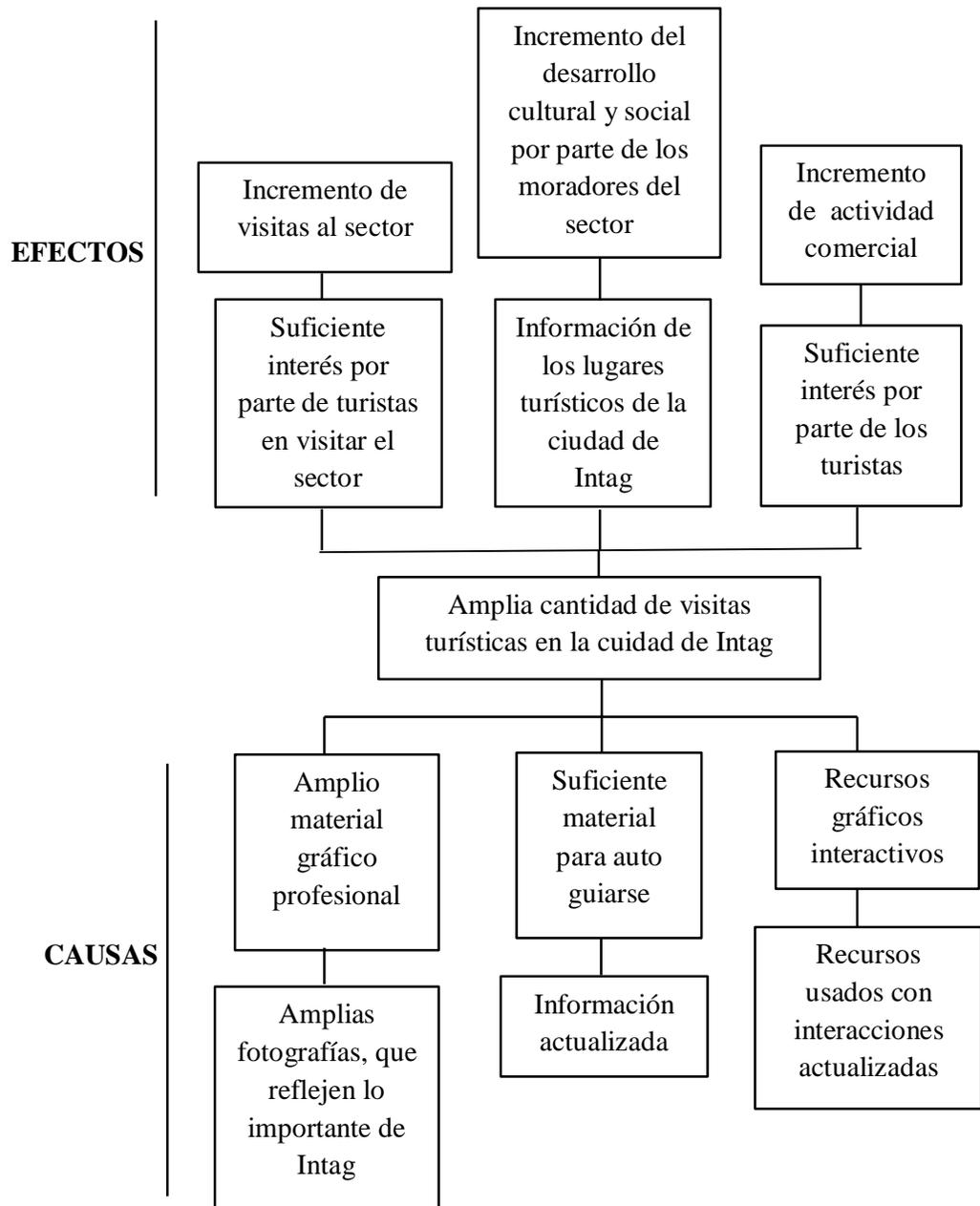
Figuras 2 Árbol de Problemas



Elaborado por: Juan Carlos Vinueza Morales

### 3.02 Árbol de Objetivos

Figuras 3 Árbol de Objetivos



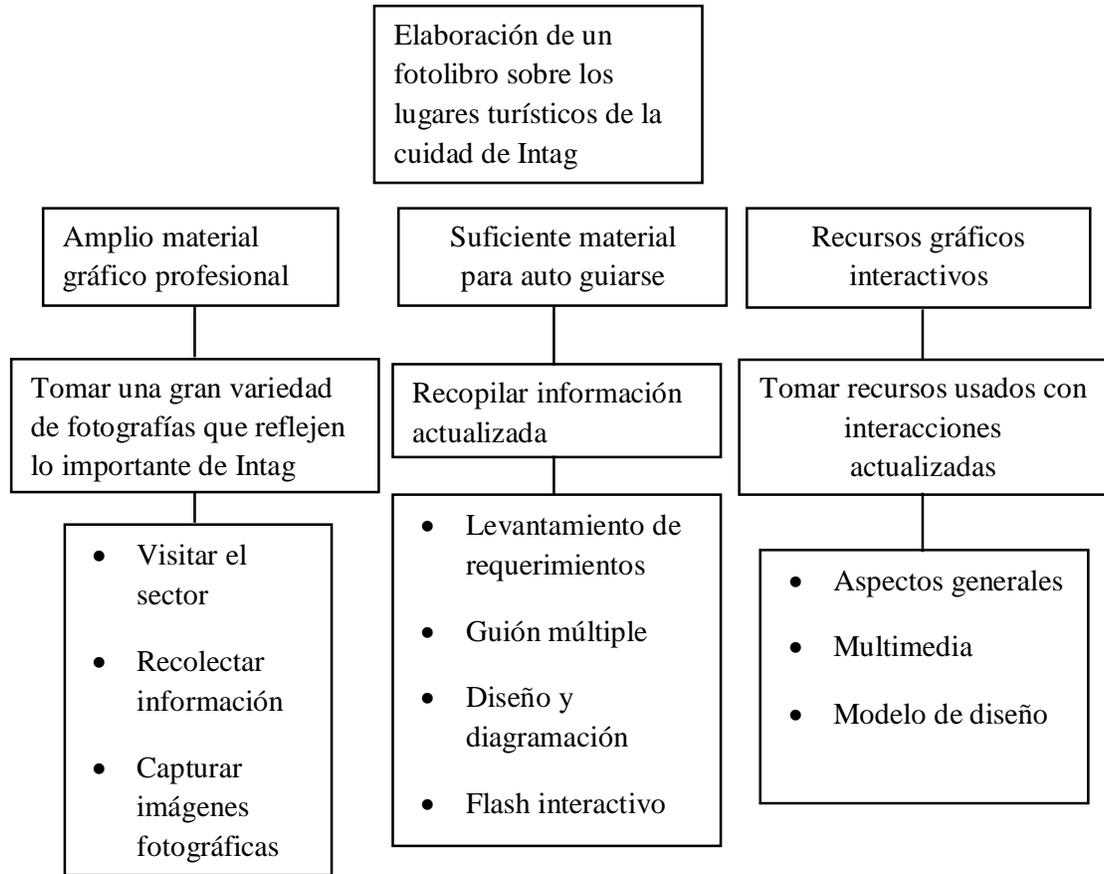
Elaborado por: Juan Carlos Vinueza Morales

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS

#### 4.01 Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones

Figuras 4 Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones



Elaborado por: Juan Carlos Vinueza Morales

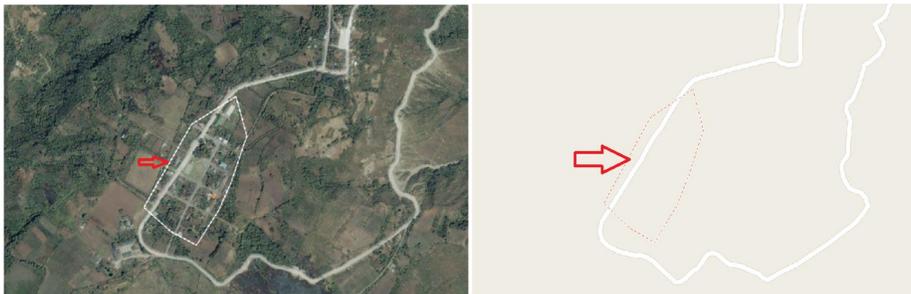
#### 4.01.01 Tamaño del Proyecto

El presente proyecto está dirigido a todos los turistas, que necesitan obtener información eficaz tanto visual, como escrita para poder auto guiarse en la visita de los lugares turísticos de la ciudad de Intag provincia de Imbabura.

#### 4.01.02 Localización del Proyecto

La zona de Intag, ubicada en el occidente de la provincia de Imbabura se encuentra en las estribaciones occidentales de los Andes Ecuatorianos (Cordillera del Toisan) formando parte de la zona de amortiguamiento de la Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas y de la bioregión del Choco Ecuatoriano, los paisajes de Intag son irregulares y muestran en su parte las nieves eternas del Volcán Cotacachi (4939 m.s.n.m.) hasta su parte baja donde se puede disfrutar de su clima subtropical.

La población actual de la Zona de Intag da origen de unos 200 a 250 años atrás y que en la actualidad cuenta con una población aproximada de 13.000 habitantes, provenientes de varios lugares de nuestro país.





#### 4.01.03 Análisis Ambiental

**Impacto Positivo:** El proyecto, permitirá un mejor reconocimiento de aquellos sectores en los cuales están ubicados los lugares turísticos de la ciudad de Intag y por esta misma razón, existe también un mayor desarrollo cultural y social por parte de los moradores del sector.

El proyecto está hecho en digital ya que no imprimáremos en papel para no desperdiciar las hojas y así no utilizar tintas para la contaminación del medio ambiente.

**Impacto Negativo:** Al obtener un mayor reconocimiento por parte de los turistas, la afluencia de los mismos puede convertirse en el factor principal para el incremento desmedido de basura y destrucción en los sectores donde se ubican los lugares turísticos de la ciudad de Intag.

#### 4.02 Matriz de análisis de impacto de los objetivos

**Tabla 3** Matriz de análisis de impacto de los objetivos

| Objetivos                                                                         | Impacto sobre el propósito | Factibilidad técnica | Factibilidad financiera | Factibilidad social | Factibilidad Política | Total | Categoría |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|----------------------|-------------------------|---------------------|-----------------------|-------|-----------|
| Incremento de visitas al sector                                                   | 4                          | 5                    | 5                       | 3                   | 1                     | 18    | Alta      |
| Suficiente interés por parte de turistas en visitar el sector                     | 5                          | 5                    | 3                       | 2                   | 2                     | 17    | Alta      |
| Información de los lugares turísticos de la ciudad de Intag                       | 4                          | 4                    | 3                       | 2                   | 1                     | 14    | Medio     |
| Incremento del desarrollo cultural y social por parte de los moradores del sector | 5                          | 5                    | 3                       | 2                   | 2                     | 17    | Alta      |
| Suficiente interés por parte de los turistas                                      | 5                          | 4                    | 3                       | 3                   | 2                     | 17    | Alta      |
| Incremento de actividad comercial                                                 | 5                          | 4                    | 4                       | 2                   | 1                     | 16    | Medio     |
| Amplio material gráfico profesional                                               | 5                          | 4                    | 4                       | 2                   | 2                     | 17    | Alta      |

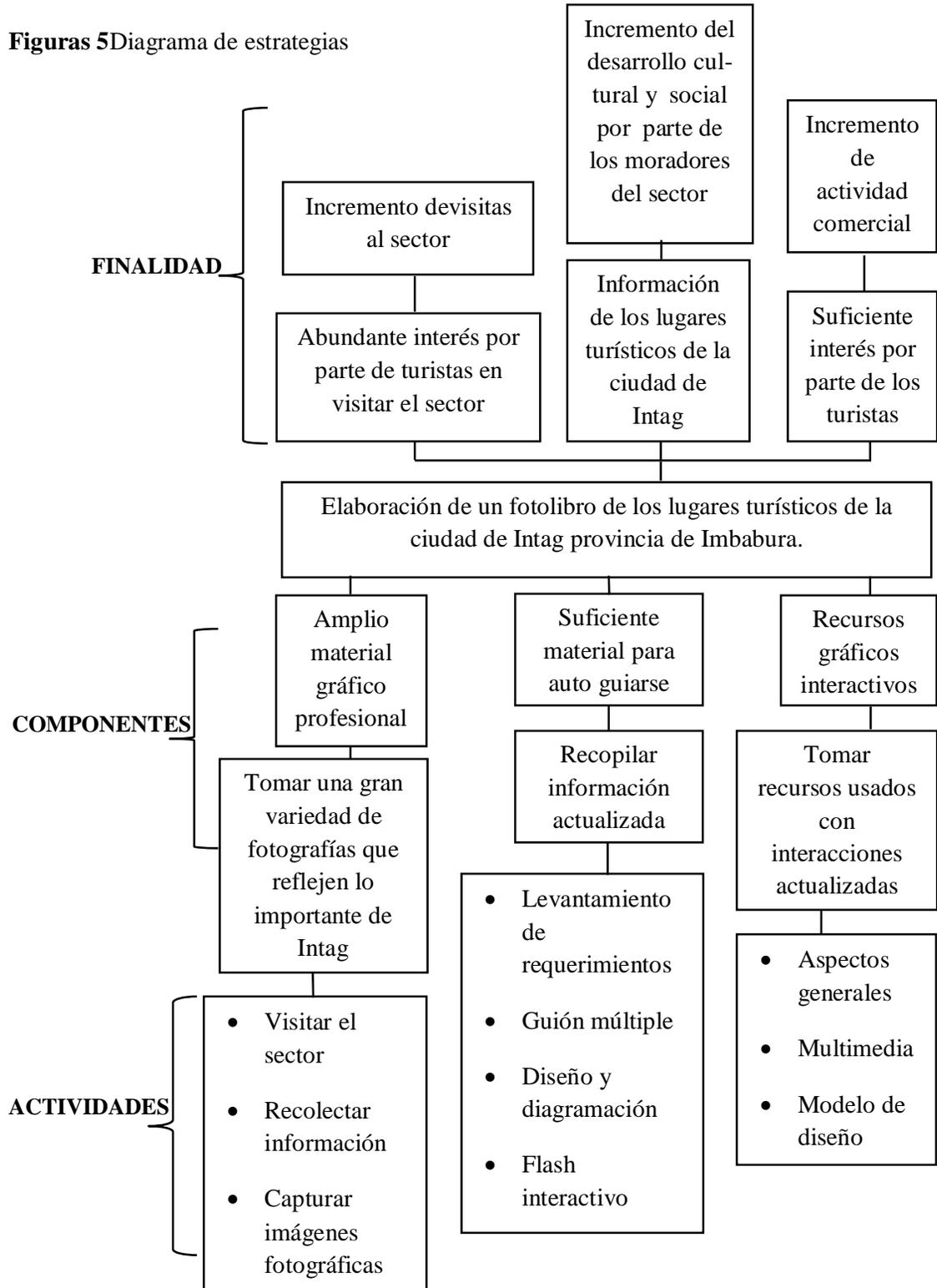
ELABORACIÓN DE UN FOTO LIBRO DE LOS LUGARES TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE INTAG PROVINCIA DE IMBABURA.

|                                                         |   |   |   |   |   |    |       |
|---------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|----|-------|
| Amplias fotografías, que refléjenlo importante de Intag | 4 | 4 | 4 | 3 | 1 | 16 | Medio |
| Suficiente material para auto guiarse                   | 4 | 4 | 4 | 2 | 1 | 15 | Medio |
| Información actualizada                                 | 4 | 5 | 5 | 3 | 1 | 18 | Alta  |
| Recursos gráficos interactivos                          | 5 | 4 | 4 | 2 | 2 | 17 | Alta  |
| Recursos usados con interacciones actualizadas          | 5 | 4 | 4 | 2 | 2 | 17 | Alta  |

**Elaborado por:** Juan Carlos Vinuesa Morales

### 4.03 Diagrama de Estrategias

Figuras 5 Diagrama de estrategias



Elaborado por: Juan Carlos Vinueza Morales

#### 4.04 Construcción de la matriz de marco lógico

##### 4.04.01 Revisión de criterios de Indicadores

**Tabla 4** Revisión de criterios de indicadores fin

| Nivel | Resumen Narrativo                                                                     | Indicador                                                     | Meta             |                       |         |       |              |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|------------------|-----------------------|---------|-------|--------------|
|       |                                                                                       |                                                               | Cantidad         | Calidad               | Tiempo  | Lugar | Grupo Social |
| FIN   | F.1 Incremento de visitas al sector                                                   | 5 de cada 10 personas saben sobre Intag                       | 50% de turistas  | Conocimiento positivo | 6 meses | Intag | Turistas     |
|       | F.2 Abundante interés por parte de turistas en visitar el sector                      | 50 % de interés visitan la ciudad de Intag                    | 50 % de turistas | Asistencia positiva   | 4 meses | Intag | Turistas     |
|       | F.3 Incremento del desarrollo cultural y social por parte de los moradores del sector | 50 % de ciudadanos que apoyan el desarrollo cultural y social | 50 % de turistas | Incremento positivo   | 4 meses | Intag | Turistas     |
|       | F.4 Información de los lugares turísticos de la ciudad de Intag                       | 50% de turistas se informan de la ciudad de Intag             | 50 % de turistas | Conocimiento positivo | 4 meses | Intag | Turistas     |
|       | F.5 Incremento de actividad comercial                                                 | 50 % de ventas en el sector de la ciudad                      | 50 % de turistas | Incremento positivo   | 4 meses | Intag | Turistas     |
|       | F.6 Suficiente interés por parte de los turistas                                      | 50 % del turistas asiste a eventos que brinda el lugar        | 50 % de turistas | Asistencia positiva   | 6 meses | Intag | Turistas     |

**Elaborado por:** Juan Carlos Vinuesa Morales

**Tabla 5** Revisión de criterios de indicadores propósito

| Nivel     | Resumen Narrativo                                                                                         | Indicador                                                                                                                                                                          | Meta     |                       |         |       |              |
|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------------------|---------|-------|--------------|
|           |                                                                                                           |                                                                                                                                                                                    | Cantidad | Calidad               | Tiempo  | Lugar | Grupo Social |
| PROPÓSITO | P.1<br>Elaboración de un fotolibro de los lugares turísticos de la ciudad de Intag provincia de Imbabura. | 50 % del grupo objetivo conoce sobre los lugares turísticos de la ciudad de Intag<br>impacto aceptable para cumplir nuestro propósito que es informar sobre los lugares turísticos | 50%      | Conocimiento positivo | 6 meses | Intag | Turistas     |

**Elaborado por:** Juan Carlos Vinueza Morales

**Tabla 6** Revisión de criterios de indicadores campo - mentes

| Nivel       | Resumen Narrativo                           | Indicador                                   | Meta                      |                       |         |       |              |
|-------------|---------------------------------------------|---------------------------------------------|---------------------------|-----------------------|---------|-------|--------------|
|             |                                             |                                             | Cantidad                  | Calidad               | Tiempo  | Lugar | Grupo Social |
| COMPONENTES | C.1<br>Amplio material gráfico profesional  | 50% cuentan con el material necesario       | 50 % de locales           | Incremento positivo   | 6 meses | Intag | Turistas     |
|             | C2<br>Suficiente material para auto guiarse | Informar los lugares turísticos             | 50 % material de guía     | Incremento positivo   | 7 meces | Intag | Turistas     |
|             | C.3<br>Recursos gráficos interactivos       | Anuncios con imágenes de la zona para guiar | 50 % de recursos gráficos | Conocimiento positiva | 4 meses | Intag | Turistas     |

**Elaborado por:** Juan Carlos Vinueza Morales

**Tabla 7** Revisión de criterios de indicadores actividades

| Nivel       | Resumen Narrativo                                                             | Indicadores                                                     | Meta                                     |                       |         |       |              |
|-------------|-------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|------------------------------------------|-----------------------|---------|-------|--------------|
|             |                                                                               |                                                                 | Cantidad                                 | Calidad               | Tiempo  | Lugar | Grupo Social |
| ACTIVIDADES | A1 Tomar una gran variedad de fotografías que reflejen lo importante de Intag | 50% anuncios con imágenes de los atractivos turísticos          | 50% de aumento                           | Conocimiento positivo | 6 meses | Intag | Turistas     |
|             | A1.1 Visitar el sector de la ciudad de Intag                                  | Seleccionar lugares adecuados para fortalecer el reconocimiento | 50% de aumento                           | Conocimiento positivo | 6 meses | Intag | Turistas     |
|             | A1.2 Recolectar información actualizada                                       | Seleccionar información adecuada para su usabilidad             | 50% de empresas                          | Conocimiento positivo | 4 meses | Intag | Turistas     |
|             | A1.3 Capturar imágenes fotográficas de los lugares turísticos                 | Seleccionar los lugares más representativos de la ciudad        | 50% de aumento por parte de los turistas | Conocimiento positivo | 4 meses | Intag | Turistas     |
|             | A.2 Recopilar información actualizada                                         | Seleccionar información adecuada para su usabilidad             | 50% de empresas                          | Conocimiento positivo | 4 meses | Intag | Turistas     |
|             | A2.1 Levantamiento de requerimientos                                          | Seleccionar información                                         | 50% de conocimiento                      | Conocimiento positivo | 4 meses | Intag | Turistas     |

|  |                                                         |                                                                |                                |                       |         |       |          |
|--|---------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|--------------------------------|-----------------------|---------|-------|----------|
|  | A2.2 Guión múltiple                                     | Información ordenada adecuada                                  | 50% de conocimiento            | Conocimiento positivo | 4 meses | Intag | Turistas |
|  | A2.3 Diseño y diagramación                              | Diseños adecuados para el llamado de atención visual           | 50% de aumento de turistas     | Incremento positivo   | 4 meses | Intag | Turistas |
|  | A2.4 Flash interactivo                                  | Animación interactiva para la atracción                        | 50% de aumento                 | Incremento positivo   | 4 meses | Intag | Turistas |
|  | A3 Tomar recursos usados con interacciones actualizadas | Material turístico bien utilizado                              | 50 % de empresas publicitarias | Conocimiento positivo | 4 meses | Intag | Turistas |
|  | A3.1 Aspectos generales                                 | Conclusiones recomendadas para los turistas                    | 50% de aumento de turistas     | Conocimiento positivo | 4 meses | Intag | Turistas |
|  | A3.2 Multimedia                                         | Elaboración multimedio para la facilidad de informarse         | 50% de aumento                 | Incremento positivo   | 4 meses | Intag | Turistas |
|  | A3.3 Modelo de diseño                                   | Diseño interactivo para el llamado de atención de los turistas | 50% de aumento                 | Incremento positivo   | 4 meses | Intag | Turistas |

**Elaborado por:** Juan Carlos Vinueza Morales

#### 4.04.02 Selección de indicadores

A= Es claro

B= Existe información disponible

C= Es tangible y se pueden observar

D= La tarea de recolectar datos está al alcance y no requiere expertos

E= Es representativo

**Tabla 8** Selección de indicadores fin

| Nivel | Resumen Narrativo                                                                 | Indicador                                                     | Clasificador de indicador |   |   |   |   | Puntaje | Selección |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|---------------------------|---|---|---|---|---------|-----------|
|       |                                                                                   |                                                               | A                         | B | C | D | E |         |           |
| FIN   | Incremento de visitas al sector                                                   | 5 de cada 10 personas saben sobre Intag                       | 1                         | 0 | 1 | 1 | 1 | 4       | Si        |
|       | Abundante interés por parte de turistas en visitar el sector                      | 50 % de interés visitan la ciudad de Intag                    | 1                         | 1 | 1 | 1 | 1 | 5       | Si        |
|       | Incremento del desarrollo cultural y social por parte de los moradores del sector | 50 % de ciudadanos que apoyan el desarrollo cultural y social | 1                         | 1 | 1 | 1 | 1 | 5       | Si        |
|       | Información de los lugares turísticos de la ciudad de Intag                       | 50% de turistas se informan de la ciudad de Intag             | 0                         | 0 | 0 | 1 | 1 | 2       | No        |
|       | Incremento de actividad comercial                                                 | 50 % de ventas en el sector de la ciudad                      | 1                         | 0 | 1 | 1 | 1 | 4       | Si        |
|       | Suficiente interés por parte de los turistas                                      | 50 % del turistas asiste a eventos que brinda el lugar        | 1                         | 0 | 1 | 1 | 1 | 4       | Si        |

**Elaborado por:** Juan Carlos Vinueza Morales

**Tabla 9** Selección de indicadores propósito

| Nivel     | Resumen Narrativo                                                                                  | Indicador                                                                                                                                                                       | Clasificador de indicador |   |   |   |   | Puntaje | Selección |
|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|---|---|---|---|---------|-----------|
|           |                                                                                                    |                                                                                                                                                                                 | A                         | B | C | D | E |         |           |
| PROPÓSITO | Elaboración de un fotolibro de los lugares turísticos de la ciudad de Intag provincia de Imbabura. | 50 % del grupo objetivo conoce sobre los lugares turísticos de la ciudad de Intag impacto aceptable para cumplir nuestro propósito que es informar sobre los lugares turísticos | 1                         | 1 | 1 | 1 | 1 | 5       | Si        |

**Elaborado por:** Juan Carlos Vinueza Morales

**Tabla 10** Selección de indicadores campo - mentes

| Nivel       | Resumen Narrativo                     | Indicador                                   | Clasificador de indicador |   |   |   |   | Puntaje | Selección |
|-------------|---------------------------------------|---------------------------------------------|---------------------------|---|---|---|---|---------|-----------|
|             |                                       |                                             | A                         | B | C | D | E |         |           |
| COMPONENTES | Amplio material gráfico profesional   | 50% cuentan con el material necesario       | 0                         | 1 | 1 | 0 | 1 | 3       | Si        |
|             | Suficiente material para auto guiarse | Informar los lugares turísticos             | 0                         | 1 | 0 | 0 | 1 | 2       | No        |
|             | Recursos gráficos interactivos        | Anuncios con imágenes de la zona para guiar | 0                         | 0 | 0 | 1 | 1 | 2       | No        |

**Elaborado por:** Juan Carlos Vinueza Morales

**Tabla 11** Selección de indicadores actividades

| Nivel       | Resumen Narrativo                                                          | Indicador                                                       | Clasificador de indicador |   |   |   |   | Puntaje | Selección |
|-------------|----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|---------------------------|---|---|---|---|---------|-----------|
|             |                                                                            |                                                                 | A                         | B | C | D | E |         |           |
| ACTIVIDADES | Tomar una gran variedad de fotografías que reflejen lo importante de Intag | 50% anuncios con imágenes de los atractivos turísticos          | 1                         | 1 | 1 | 1 | 1 | 5       | Si        |
|             | Visitar el sector de la ciudad de Intag                                    | Seleccionar lugares adecuados para fortalecer el reconocimiento | 1                         | 1 | 1 | 1 | 1 | 5       | Si        |
|             | Recolectar información actualizada                                         | Seleccionar información adecuada para su usabilidad             | 1                         | 1 | 1 | 1 | 1 | 5       | Si        |
|             | Capturar imágenes fotográficas de los lugares turísticos                   | Seleccionar los lugares más representativos de la ciudad        | 1                         | 1 | 1 | 1 | 1 | 5       | Si        |
|             | Recopilar información actualizada                                          | Seleccionar información adecuada para su usabilidad             | 1                         | 1 | 1 | 1 | 1 | 5       | Si        |
|             | Levantamiento de requerimientos                                            | Seleccionar información                                         | 1                         | 1 | 1 | 1 | 1 | 5       | Si        |
|             | Guión múltiple                                                             | Información ordenada adecuada                                   | 1                         | 1 | 1 | 1 | 1 | 5       | Si        |
|             | Diseño y diagramación                                                      | Diseños adecuados para el llamado de atención visual            | 1                         | 1 | 1 | 1 | 1 | 5       | Si        |
|             | Flash interactivo                                                          | Animación interactiva para la atracción                         | 1                         | 1 | 1 | 1 | 1 | 5       | Si        |

|                                                      |                                                                |   |   |   |   |   |   |    |
|------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|----|
| Tomar recursos usados con interacciones actualizadas | Material turístico bien utilizado                              | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | Si |
| Aspectos generales                                   | Conclusiones recomendadas para los turistas                    | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | Si |
| Multimedia                                           | Elaboración multimedio para la facilidad de informarse         | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | Si |
| Modelo de diseño                                     | Diseño interactivo para el llamado de atención de los turistas | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | Si |

**Elaborado por:** Juan Carlos Vinueza Morales

#### 4.04.03 Medios de Verificación

**Tabla 12** Medios de verificación fin

| Nivel | Resumen Narrativo                                                                 | Indicador                                                     | Medios de verificación |                       |                    |                           |                          |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|------------------------|-----------------------|--------------------|---------------------------|--------------------------|
|       |                                                                                   |                                                               | Fuentes de información | Método de recolección | Método de análisis | Frecuencia de recolección | Responsable              |
| FIN   | Incremento de visitas al sector                                                   | 5 de cada 10 personas saben sobre Intag                       | Primaria               | Investigación         | Cualitativo        | 1 año                     | Lugar turístico de Intag |
|       | Abundante interés por parte de turistas en visitar el sector                      | 50 % de interés visitan la ciudad de Intag                    | Primaria               | Investigación         | Cuantitativo       | 1 año                     | Lugar turístico de Intag |
|       | Incremento del desarrollo cultural y social por parte de los moradores del sector | 50 % de ciudadanos que apoyan el desarrollo cultural y social | Primaria               | Investigación         | Cualitativo        | 1 año                     | Lugar turístico de Intag |
|       | Información de los lugares turísticos de la ciudad de Intag                       | 50% de turistas se informan de la ciudad de Intag             | Primaria               | Encuestas             | Cualitativo        | 1 año                     | Lugar turístico de Intag |
|       | Incremento de actividad comercial                                                 | 50 % de ventas en el sector de la ciudad                      | Primaria               | Investigación         | Cuantitativo       | 1 año                     | Lugar turístico de Intag |

ELABORACIÓN DE UN FOTO LIBRO DE LOS LUGARES TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE INTAG PROVINCIA DE IMBABURA.

|  |                                              |                                                        |          |           |              |       |                          |
|--|----------------------------------------------|--------------------------------------------------------|----------|-----------|--------------|-------|--------------------------|
|  | Suficiente interés por parte de los turistas | 50 % del turistas asiste a eventos que brinda el lugar | Primaria | Encuestas | Cuantitativo | 1 año | Lugar turístico de Intag |
|--|----------------------------------------------|--------------------------------------------------------|----------|-----------|--------------|-------|--------------------------|

**Elaborado por:** Juan Carlos Vinueza Morales

**Tabla 13** Medios de verificación propósito

| Ni-<br>vel | Resumen<br>Narrativo                                                                               | Indicador                                                                                                                                                                       | Medios de verificación         |                          |                       |                                   |                  |
|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|--------------------------|-----------------------|-----------------------------------|------------------|
|            |                                                                                                    |                                                                                                                                                                                 | Fuentes de<br>informa-<br>ción | Método de<br>recolección | Método de<br>análisis | Frecuencia<br>de recolec-<br>ción | Responsa-<br>ble |
| PROPÓSITO  | Elaboración de un fotolibro de los lugares turísticos de la ciudad de Intag provincia de Imbabura. | 50 % del grupo objetivo conoce sobre los lugares turísticos de la ciudad de Intag impacto aceptable para cumplir nuestro propósito que es informar sobre los lugares turísticos | Primaria                       | Observación              | Cuantitativo          | 7 meses                           | Turistas         |

**Elaborado por:** Juan Carlos Vinueza Morales

**Tabla 14** Medios de verificación campo - mentes

| Nivel       | Resumen Narrativo                     | Indicador                                   | Medios de verificación |                       |                    |                           |             |
|-------------|---------------------------------------|---------------------------------------------|------------------------|-----------------------|--------------------|---------------------------|-------------|
|             |                                       |                                             | Fuentes de información | Método de recolección | Método de análisis | Frecuencia de recolección | Responsable |
| COMPONENTES | Amplio material gráfico profesional   | 50% cuentan con el material necesario       | Estadística            | Investigación         | Cualitativo        | 1 año                     | Turistas    |
|             | Suficiente material para auto guiarse | Informar los lugares turísticos             | Primaria               | Encuestas             | Cualitativo        | 1 año                     | Turistas    |
|             | Recursos gráficos interactivos        | Anuncios con imágenes de la zona para guiar | Estadística            | Investigación         | Cuantitativo       | 1 año                     | Turistas    |

**Elaborado por:** Juan Carlos Vinueza Morales

**Tabla 15** Medios de verificación actividades

| Nivel       | Resumen Narrativo                                                          | Indicador                                                       | Medios de verificación |                       |                    |                           |                      |
|-------------|----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|------------------------|-----------------------|--------------------|---------------------------|----------------------|
|             |                                                                            |                                                                 | Fuentes de información | Método de recolección | Método de análisis | Frecuencia de recolección | Responsable          |
| ACTIVIDADES | Tomar una gran variedad de fotografías que reflejen lo importante de Intag | 50% anuncios con imágenes de los atractivos turísticos          | Primaria               | Observación           | Cuantitativo       | 1 año                     | Administración Intag |
|             | Visitar el sector de la ciudad de Intag                                    | Seleccionar lugares adecuados para fortalecer el reconocimiento | Primaria               | Investigación         | Cuantitativo       | 1 año                     | Administración Intag |
|             | Recolectar información actualizada                                         | Seleccionar información adecuada para su usabilidad             | Primario               | Investigación         | Cuantitativo       | 6 meses                   | Administración Intag |
|             | Capturar imágenes fotográficas de los lugares turísticos                   | Seleccionar los lugares más representativos de la ciudad        | Primaria               | Investigación         | Cuantitativo       | 1 año                     | Administración Intag |
|             | Recopilar información actualizada                                          | Seleccionar información adecuada para su usabilidad             | Primaria               | Investigación         | Cuantitativo       | 6 meses                   | Administración Intag |
|             | Levantamiento de requerimientos                                            | Seleccionar información                                         | Primaria               | Investigación         | Cuantitativo       | 6 meses                   | Administración Intag |

|  |                                                      |                                                                |          |               |              |         |                      |
|--|------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|----------|---------------|--------------|---------|----------------------|
|  | Guión múltiple                                       | Información ordenada adecuada                                  | Primaria | Investigación | Cuantitativo | 6 meses | Administración Intag |
|  | Diseño y diagramación                                | Diseños adecuados para el llamado de atención visual           | Primaria | Investigación | Cuantitativo | 6 meses | Administración Intag |
|  | Flash interactivo                                    | Animación interactiva para la atracción                        | Primaria | Investigación | Cuantitativo | 6 meses | Administración Intag |
|  | Tomar recursos usados con interacciones actualizadas | Material turístico bien utilizado                              | Primaria | Investigación | Cuantitativo | 6 meses | Administración Intag |
|  | Aspectos generales                                   | Conclusiones recomendadas para los turistas                    | Primaria | Investigación | Cuantitativo | 6 meses | Administración Intag |
|  | Multimedia                                           | Elaboración multimedio para la facilidad de informarse         | Primaria | Investigación | Cuantitativo | 6 meses | Administración Intag |
|  | Modelo de diseño                                     | Diseño interactivo para el llamado de atención de los turistas | Primaria | Investigación | Cuantitativo | 6 meses | Administración Intag |

**Elaborado por:** Juan Carlos Vinueza Morales

#### 4.04.04 Supuestos

**Tabla 16** Supuestos fin

| Nivel | Resumen Narrativo                                                                 | Supuestos                  | Factor de riesgos |          |        |           |       |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|-------------------|----------|--------|-----------|-------|
|       |                                                                                   |                            | Financiero        | Político | Social | Ambiental | Legal |
| FIN   | Incremento de visitas al sector                                                   | Incremento de turistas     | x                 | x        | x      | -         | x     |
|       | Abundante interés por parte de turistas en visitar el sector                      | Visitas de turistas        | x                 | -        | x      | -         | x     |
|       | Incremento del desarrollo cultural y social por parte de los moradores del sector | Apoyo en la comunidad      | x                 | -        | x      | -         | x     |
|       | Información de los lugares turísticos de la ciudad de Intag                       | Información eficaz         | x                 | -        | x      | -         | x     |
|       | Incremento de actividad comercial                                                 | Incremento                 | x                 | -        | x      | -         | x     |
|       | Suficiente interés por parte de los turistas                                      | Turistas visitan la ciudad | x                 | -        | x      | -         | x     |

**Elaborado por:** Juan Carlos Vinueza Morales

**Tabla 17** Supuestos propósito

| Nivel     | Resumen Narrativo                                                                                  | Supuestos                                    | Factor de riesgos |          |        |           |       |
|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|-------------------|----------|--------|-----------|-------|
|           |                                                                                                    |                                              | Financiero        | Político | Social | Ambiental | Legal |
| PROPÓSITO | Elaboración de un fotolibro de los lugares turísticos de la ciudad de Intag provincia de Imbabura. | Crecimiento de visitas en la ciudad de Intag | x                 | -        | x      | -         | x     |

**Elaborado por:** Juan Carlos Vinueza Morales

**Tabla 18** Supuestos campo - mentes

| Nivel       | Resumen Narrativo                     | Supuestos               | Factor de riesgos |          |        |           |       |
|-------------|---------------------------------------|-------------------------|-------------------|----------|--------|-----------|-------|
|             |                                       |                         | Financiero        | Político | Social | Ambiental | Legal |
| COMPONENTES | Amplio material gráfico profesional   | Materiales adecuados    | x                 | -        | x      | -         | x     |
|             | Suficiente material para auto guiarse | Información eficaz      | x                 | -        | x      | -         | x     |
|             | Recursos gráficos interactivos        | Buen manejo de gráficos | x                 | -        | x      | -         | x     |

**Elaborado por:** Juan Carlos Vinueza Morales

**Tabla 19** Supuestos actividades

| Nivel       | Resumen Narrativo                                                          | Supuestos                   | Factor de riesgos |          |        |           |       |
|-------------|----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-------------------|----------|--------|-----------|-------|
|             |                                                                            |                             | Financiero        | Político | Social | Ambiental | Legal |
| ACTIVIDADES | Tomar una gran variedad de fotografías que reflejen lo importante de Intag | Fotos claras y adecuadas    | x                 | -        | x      | -         | x     |
|             | Visitar el sector de la ciudad de Intag                                    | Crecimiento de turistas     | x                 | -        | x      | -         | x     |
|             | Recolectar información actualizada                                         | Información eficaz          | x                 | -        | x      | -         | x     |
|             | Capturar imágenes fotográficas de los lugares turísticos                   | Imágenes claras y adecuadas | x                 | -        | x      | -         | x     |
|             | Recopilar información actualizada                                          | Información adecuada        | x                 | -        | x      | -         | x     |
|             | Levantamiento de requerimientos                                            | Información eficaz          | x                 | -        | x      | -         | x     |
|             | Guion múltiple                                                             | Guía adecuada               | x                 | -        | x      | -         | x     |
|             | Diseño y diagramación                                                      | Diseños adecuados           | x                 | -        | x      | -         | x     |
|             | Flash interactivo                                                          | Buen manejo de programa     | x                 | -        | x      | -         | x     |

ELABORACIÓN DE UN FOTO LIBRO DE LOS LUGARES TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE INTAG PROVINCIA DE IMBABURA.

|  |                                                      |                                |   |   |   |   |   |
|--|------------------------------------------------------|--------------------------------|---|---|---|---|---|
|  | Tomar recursos usados con interacciones actualizadas | Información eficaz             | x | - | x | - | x |
|  | Aspectos generales                                   | Información adecuada           | x | - | x | - | x |
|  | Multimedia                                           | Buen manejo y diseño           | x | - | x | - | x |
|  | Modelo de diseño                                     | Diseño llamativo para turistas | x | - | x | - | x |

**Elaborado por:** Juan Carlos Vinueza Morales

**Tabla 20** Matriz Marco Lógico

| Resumen Narrativo                                                                                      | Indicadores                                                                                                                                                                     | Medios de verificación |             | Supuestos                                                                                                          |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|-------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| F.1 Incremento de visitas al sector                                                                    | 5 de cada 10 personas saben sobre Intag                                                                                                                                         | Encuesta               | Cualitativo | Personas sin conocimiento de la ciudad                                                                             |
| F.2 Abundante interés por parte de turistas en visitar el sector                                       | 50 % de interés visitan la ciudad de Intag                                                                                                                                      | Encuesta               | Cualitativo | Disminución de porcentaje en las visitas                                                                           |
| F.3 Incremento del desarrollo cultural y social por parte de los moradores del sector                  | 50 % de ciudadanos que apoyan el desarrollo cultural y social                                                                                                                   | Observación            | Cualitativo | Disminución de ciudadanos en apoyar.                                                                               |
| F.4 Información de los lugares turísticos de la ciudad de Intag                                        | 50% de turistas se informan de la ciudad de Intag                                                                                                                               | Observación            | Cualitativo | Baja cantidad de información                                                                                       |
| F.5 Incremento de actividad comercial                                                                  | 50 % de ventas en el sector de la ciudad                                                                                                                                        | Observación            | Cualitativo | Disminución de ventas en la ciudad                                                                                 |
| F.6 Suficiente interés por parte de los turistas                                                       | 50 % del turistas asiste a eventos que brinda el lugar                                                                                                                          | Observación            | Cualitativo | Bajo interés en visitar la ciudad                                                                                  |
| P.1 Elaboración de un fotolibro de los lugares turísticos de la ciudad de Intag provincia de Imbabura. | 50 % del grupo objetivo conoce sobre los lugares turísticos de la ciudad de Intag impacto aceptable para cumplir nuestro propósito que es informar sobre los lugares turísticos | Consulta               | Cualitativo | Desinterés por parte de los turistas en visitar los lugares turísticos de la ciudad de Intag provincia de Imbabura |
| C.1 Amplio material gráfico profesional                                                                | 50% cuentan con el material necesario                                                                                                                                           | Observación            | Cualitativo | Falta de material                                                                                                  |
| C2 Suficiente material para auto guiarse                                                               | Informar los lugares turísticos                                                                                                                                                 | Encuesta               | Cualitativo | Desinformación de los lugares turísticos                                                                           |

ELABORACIÓN DE UN FOTO LIBRO DE LOS LUGARES TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE INTAG PROVINCIA DE IMBABURA.

|                                                                               |                                                                 |             |              |                                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|-------------|--------------|---------------------------------------------------|
| C.3 Recursos gráficos interactivos                                            | Anuncios con imágenes de la zona para guiar                     | Observación | Cualitativo  | Bajo porcentaje en imágenes de la ciudad          |
| A1 Tomar una gran variedad de fotografías que reflejen lo importante de Intag | 50% anuncios con imágenes de los atractivos turísticos          | Observación | Cualitativo  | Ausencia en imágenes de los atractivos turísticos |
| A1.1 Visitar el sector de la ciudad de Intag                                  | Seleccionar lugares adecuados para fortalecer el reconocimiento | Consulta    | Cuantitativo | Baja cantidad de visitas                          |
| A1.2 Recolectar información actualizada                                       | Seleccionar información adecuada para su usabilidad             | Consulta    | Cualitativo  | Desinformación actualizada                        |
| A1.3 Capturar imágenes fotográficas de los lugares turísticos                 | Seleccionar los lugares más representativos de la ciudad        | Consulta    | Cualitativo  | Lugares turísticos no reconocidos                 |
| A.2 Recopilar información actualizada                                         | Seleccionar información adecuada para su usabilidad             | Consulta    | Cualitativo  | Información no adecuada                           |
| A2.1 Levantamiento de requerimientos                                          | Seleccionar información                                         | Consulta    | Cualitativo  | Información inadecuada                            |
| A2.2 Guión múltiple                                                           | Información ordenada adecuada                                   | Consulta    | Cualitativo  | Información desordenada                           |
| A2.3 Diseño y diagramación                                                    | Diseños adecuados para el llamado de atención visual            | Observación | Cualitativo  | Diseños inadecuados en llamar la atención         |
| A2.4 Flash interactivo                                                        | Animación interactiva para la atracción                         | Observación | Cualitativo  | Desconocen el programa flash                      |
| A3 Tomar recursos usados con interacciones actualizadas                       | Material turístico bien utilizado                               | Consulta    | Cualitativo  | Mal manejo del material turístico                 |
| A3.1 Aspectos generales                                                       | Conclusiones recomendadas para los turistas                     | Encuestas   | Cualitativo  | Turistas no convencidos en visitar la ciudad      |

|                       |                                                                |             |             |                                         |
|-----------------------|----------------------------------------------------------------|-------------|-------------|-----------------------------------------|
| A3.2 Multimedia       | Elaboración multimedio para la facilidad de informarse         | Observación | Cualitativo | Baja cantidad de información multimedio |
| A3.3 Modelo de diseño | Diseño interactivo para el llamado de atención de los turistas | Observación | Cualitativo | Bajo recurso de diseño interactivo      |

**Elaborado por:** Juan Carlos Vinueza Morales

---

## CAPÍTULO V

### LA PROPUESTA

#### 5.01 Antecedentes de la herramienta del perfil de la propuesta

**Multimedia:** Es cualquier combinación de texto, arte gráfico, sonido, animación y vídeo que llega a nosotros por computadora u otros medios electrónicos. Es un tema presentado con lujos de detalles. Cuando conjuga los elementos de multimedia, fotografías y animación deslumbrantes, mezclando sonido, vídeo clips y textos informativos puede electrizar a su auditorio; y si además le da control interactivo del proceso, quedarán encantados.

Multimedia estimula los ojos, oídos, yemas de los dedos y, lo más importante, la cabeza.

Multimedia se compone, como ya se describió, de combinaciones entrelazadas de elementos de texto, arte gráfico, sonido, animación y vídeo.

#### 5.02 Descripción de la herramienta

Estas herramientas de programación están diseñadas para administrar los elementos de multimedia individualmente y permiten interactuar con los usuarios. Además de proporcionar un método para que los usuarios interactúen con el proyecto, la mayoría de las herramientas de desarrollo de multimedia ofrecen además facilidades para crear y editar texto e imágenes, y tienen extensiones para controlar los reproductores de vídeo disco, vídeo y otros periféricos relacionados. El conjunto de lo que se produce y la forma de presentarlo al observador es la interfaz junto de lo que se reproduce y la forma de presentarlo al observador es la interfaz humana. Esta interfaz puede definirse tanto por las reglas de lo que debe suceder con los datos introducidos por el usuario como por los gráficos que aparecen en la pantalla. El

equipo y los programas que rigen los límites de lo que puede ocurrir es la plataforma o ambiente multimedia.

**Cámara Fotográfica:** Una cámara Fotográfica o cámara de fotos es un dispositivo utilizado para capturar imágenes o fotografías. Es un mecanismo antiguo para proyectar imágenes, en el que una habitación entera desempeñaba las mismas funciones que una cámara fotográfica actual por dentro con la diferencia que en aquella época no había posibilidad de guardar la imagen a menos que esta trazara manualmente. Las cámaras actuales pueden ser sensibles espectro visible o a otras porciones del espectro electromagnético y su uso principal es capturar la imagen que se encuentra en el campo visual.

**Photoshop:** Es una aplicación para la creación edición retoque de imágenes es desarrollado por la compañía Adobe Systems. Se lanzó originalmente para la computadora Apple pero se saltó a la plataforma Windows. En el proyecto utilizara la versión CS6

**Ilustrador:** Es una aplicación en forma de taller de arte trabaja sobre un tablero de dibujo conocido, como mesa de trabajo y está destinado a la creación artístico de dibujo y pintura para ilustración en el proyecto se utilizara la versión CS6.

**Adobe Flash:** Utiliza gráficos vectoriales y gráficos rasterizados, sonido, código de programa, flujo de vídeo y audio bidireccional (el flujo de subida sólo está disponible si se usa conjuntamente con Macromedia Flash Communication Server). En sentido estricto, Flash es el entorno de desarrollo y Flash Player es el reproductor utilizado para visualizar los archivos generados con Flash. En otras palabras, Adobe Flash crea y edita las animaciones o archivos multimedia y Adobe Flash Player las reproduce.

### 5.03 Formulación del proceso de aplicación

#### MULTIMEDIA

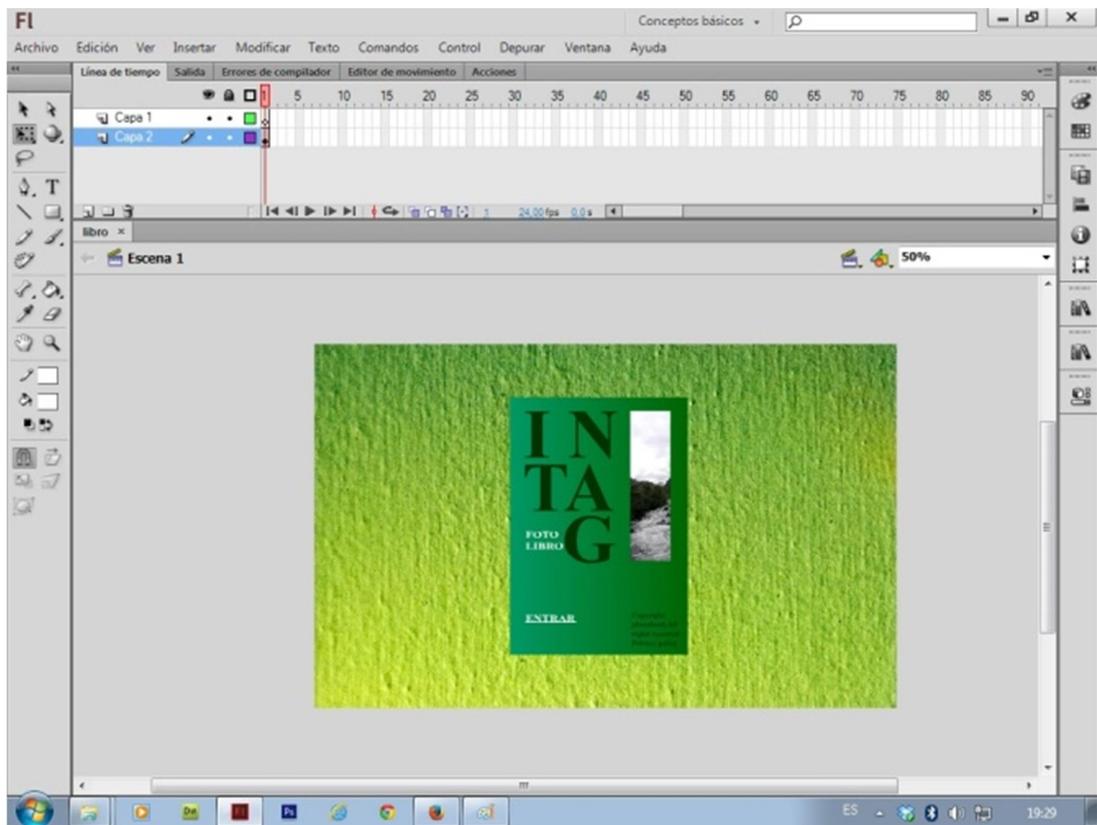
##### Propósito:

El propósito de este proyecto es elaborar un fotolibro de los lugares turísticos de la ciudad de Intag que van más allá de la fotografía, para incrementar las visitas por parte de los turistas, tendrán un fácil acceso al fotolibro con una descripción de la ciudad.

##### Herramientas:

- Adobe Flash / Action Script 3.0
- Adobe Photoshop
- Adobe Illustrate

#### Diseño de interfaz e Imagen corporativa



ELABORACIÓN DE UN FOTO LIBRO DE LOS LUGARES TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE INTAG PROVINCIA DE IMBABURA.



**Colores:** Verdes claros y oscuros

**Tipografía:** Times New Roman

**Botones:** Blanco /Times New Roman

**Índice:**

1. Cuellaje
2. Peñaherrera
3. Apuela
4. Vacas Galindo
5. García Moreno
6. Cascadas
7. Mapa

**Imágenes:**









---

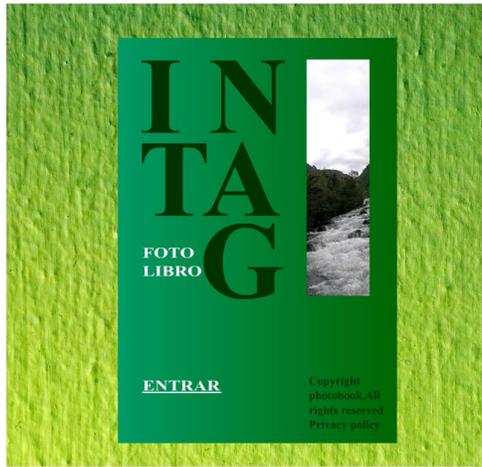
ELABORACIÓN DE UN FOTO LIBRO DE LOS LUGARES TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE INTAG PROVINCIA DE IMBABURA.



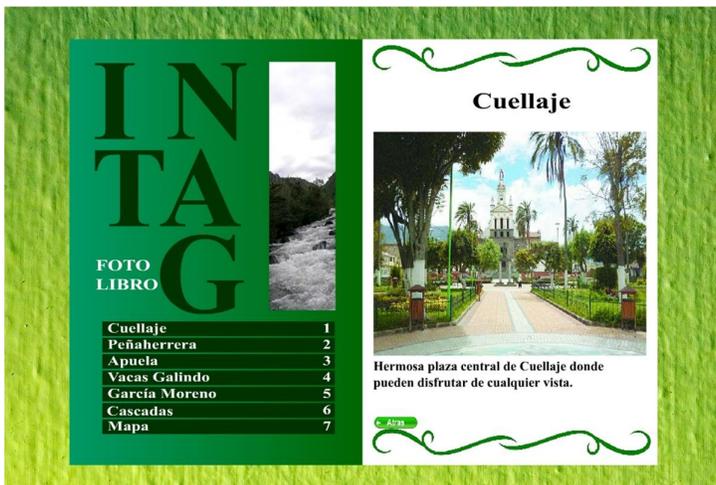
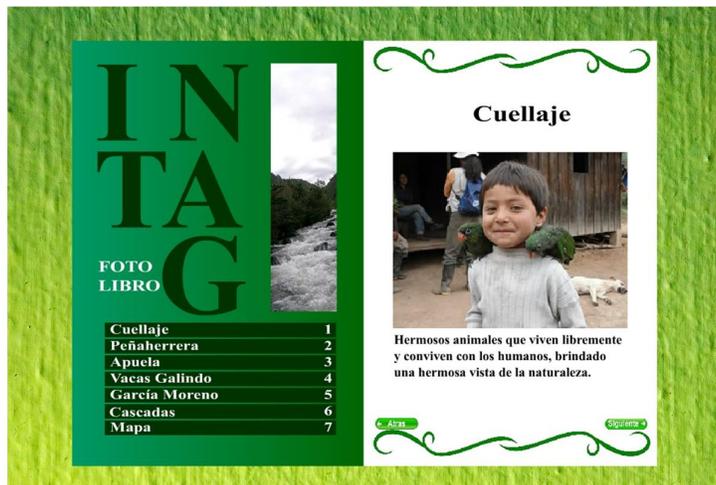
ELABORACIÓN DE UN FOTO LIBRO DE LOS LUGARES TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE INTAG PROVINCIA DE IMBABURA.

**Diagramación**

**Tabla 21** Tipografía



|           |                              |
|-----------|------------------------------|
| Fuente    | Times New Roman              |
| Mayúscula | ABCDEFGHIJKLMNÑO-PQRSTUVWXYZ |
| Minúscula | abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  |
| Numero    | 1234567890                   |
| Símbolos  | ()?;& \$ @!°; " :-,;_'"      |



# INTAG

FOTO LIBRO

|               |   |
|---------------|---|
| Cuellaje      | 1 |
| Peñaherrera   | 2 |
| Apuela        | 3 |
| Vacas Galindo | 4 |
| García Moreno | 5 |
| Cascadas      | 6 |
| Mapa          | 7 |

### Peñaherrera



Plaza central de Peñaherrera donde hay parque para que los niños disfruten jugando y donde los mayores descansan bajo un hermoso sol.

[Ver foto](#)

# INTAG

FOTO LIBRO

|               |   |
|---------------|---|
| Cuellaje      | 1 |
| Peñaherrera   | 2 |
| Apuela        | 3 |
| Vacas Galindo | 4 |
| García Moreno | 5 |
| Cascadas      | 6 |
| Mapa          | 7 |

### Peñaherrera



Colegio José Peralta donde los turistas pueden ingresar y ver como son los estudios de este pequeño pueblo.

[Ver foto](#)

# INTAG

FOTO LIBRO

|               |   |
|---------------|---|
| Cuellaje      | 1 |
| Peñaherrera   | 2 |
| Apuela        | 3 |
| Vacas Galindo | 4 |
| García Moreno | 5 |
| Cascadas      | 6 |
| Mapa          | 7 |

### Cuellaje



Hermosos animales que los visitantes pueden tomarse fotos con la supervisión de un guía.

[Ver foto](#)

**INTAG**  
FOTO LIBRO



|               |   |
|---------------|---|
| Cuellaje      | 1 |
| Peñaherrera   | 2 |
| Apuela        | 3 |
| Vacas Galindo | 4 |
| García Moreno | 5 |
| Cascadas      | 6 |
| Mapa          | 7 |

**Peñaherrera**



Hermosas piscinas donde todos disfrutan al aire libre con un hermoso sol.

C. Alza

**INTAG**  
FOTO LIBRO



|               |   |
|---------------|---|
| Cuellaje      | 1 |
| Peñaherrera   | 2 |
| Apuela        | 3 |
| Vacas Galindo | 4 |
| García Moreno | 5 |
| Cascadas      | 6 |
| Mapa          | 7 |

**Apuela**



Plaza central de apuela donde puede encontrar variedades de necesidades.

Signetura

**INTAG**  
FOTO LIBRO



|               |   |
|---------------|---|
| Cuellaje      | 1 |
| Peñaherrera   | 2 |
| Apuela        | 3 |
| Vacas Galindo | 4 |
| García Moreno | 5 |
| Cascadas      | 6 |
| Mapa          | 7 |

**Apuela**



La gran montaña que nos muestra un gran rostro llamado la cara del diablo se la puede ver casi al llegar al pueblo de Apuela.

C. Alza

# INTAG

FOTO LIBRO

|               |   |
|---------------|---|
| Cuellaje      | 1 |
| Peñaherrera   | 2 |
| Apuela        | 3 |
| Vacas Galindo | 4 |
| García Moreno | 5 |
| Cascadas      | 6 |
| Mapa          | 7 |

## Apuela



Plaza central donde también puede encontrar el mini mercado y disfrutar de sus precios económicos.

# INTAG

FOTO LIBRO

|               |   |
|---------------|---|
| Cuellaje      | 1 |
| Peñaherrera   | 2 |
| Apuela        | 3 |
| Vacas Galindo | 4 |
| García Moreno | 5 |
| Cascadas      | 6 |
| Mapa          | 7 |

## Cascadas



Balzapamba: Es una cascada que se encuentra a 15 minutos del complejo de Nangulvi, es muy espectacular se le puede apreciar desde la carretera, y es una cascada apta para la práctica del Canyoning-Barranquismo, además es un grupo de 4 cascadas en toda su trayectoria.

# INTAG

FOTO LIBRO

|               |   |
|---------------|---|
| Cuellaje      | 1 |
| Peñaherrera   | 2 |
| Apuela        | 3 |
| Vacas Galindo | 4 |
| García Moreno | 5 |
| Cascadas      | 6 |
| Mapa          | 7 |

## Cascadas



De los Cedros: La cascada de los Cedros, se encuentra dentro del Bosque Protector que lleva su mismo nombre, es una cascada en donde se puede nadar junto a los grandes bosques primarios del lugar. Se encuentra a una hora y media del centro administrativo de la Reserva, es fácil de llegar a través de sus senderos y donde se puede disfrutar de la naturaleza viva.

# INTAG

FOTO LIBRO

|               |   |
|---------------|---|
| Cuellaje      | 1 |
| Peñaherrera   | 2 |
| Apuela        | 3 |
| Vacas Galindo | 4 |
| García Moreno | 5 |
| Cascadas      | 6 |
| Mapa          | 7 |

### Cascadas



**El Quinde:** Esta cascada se encuentra en el trayecto que baja de Otavalo rumbo a Selva Alegre y es uno de los paisajes más verdes y pintorescos de Intag, de fácil acceso ya que se encuentra al borde del camino, también la conocen como cascada "El Mocal". La mayoría de turistas les encanta tomarse fotos por la facilidad de acceso y su majestuosidad.

[Ver foto](#) [Opciones](#)

# INTAG

FOTO LIBRO

|               |   |
|---------------|---|
| Cuellaje      | 1 |
| Peñaherrera   | 2 |
| Apuela        | 3 |
| Vacas Galindo | 4 |
| García Moreno | 5 |
| Cascadas      | 6 |
| Mapa          | 7 |

### Cascadas



**Escondidas de Junín:** Son un conjunto de varias cascadas escondidas dentro de la reserva Comunitaria de Junín, de las cuales se puede acceder fácilmente a tres, las mismas que tienen un sendero señalado, están distantes a un promedio de diez minutos una con otra.

[Ver foto](#) [Opciones](#)

# INTAG

FOTO LIBRO

|               |   |
|---------------|---|
| Cuellaje      | 1 |
| Peñaherrera   | 2 |
| Apuela        | 3 |
| Vacas Galindo | 4 |
| García Moreno | 5 |
| Cascadas      | 6 |
| Mapa          | 7 |

### Cascadas



**Monopamba.-** Es una cascada que se encuentra entre el Complejo de Nangulvi (10 minutos en vehículo) y TolloIntag, está cerca a la carretera y es de fácil acceso. Se puede llegar en bicicleta desde Nangulvi y luego practicar el canyoning- barranquismo, ya que presta todas las condiciones para este deporte de aventura extrema.

[Ver foto](#) [Opciones](#)

**INTAG**  
FOTO LIBRO

|               |   |
|---------------|---|
| Cuellaje      | 1 |
| Peñaherrera   | 2 |
| Apuela        | 3 |
| Vacas Galindo | 4 |
| García Moreno | 5 |
| Cascadas      | 6 |
| Mapa          | 7 |

**Cascadas**

Salto del Puma: Esta cascada su afluente es el Río Chontal se encuentra al final del sendero que recorre entre la comunidad de Chontal Bajo hasta lo que se denomina Chontal Medio, se toma un sendero que recientemente señaló el Comité de Turismo de Manduriacac.

[Abrir](#)

**INTAG**  
FOTO LIBRO

|               |   |
|---------------|---|
| Cuellaje      | 1 |
| Peñaherrera   | 2 |
| Apuela        | 3 |
| Vacas Galindo | 4 |
| García Moreno | 5 |
| Cascadas      | 6 |
| Mapa          | 7 |

**Vacas Galindo**

Hermosos caballos donde los turistas pueden dar paseos sobre estos animales.

[Abrir](#)

**INTAG**  
FOTO LIBRO

|               |   |
|---------------|---|
| Cuellaje      | 1 |
| Peñaherrera   | 2 |
| Apuela        | 3 |
| Vacas Galindo | 4 |
| García Moreno | 5 |
| Cascadas      | 6 |
| Mapa          | 7 |

**Vacas Galindo**

Los caballos son llevados con sus respectivos guías para así puedan ir por caminos seguros.

[Abrir](#)

**INTAG**  
FOTO LIBRO

|               |   |
|---------------|---|
| Cuellaje      | 1 |
| Peñaherrera   | 2 |
| Apuela        | 3 |
| Vacas Galindo | 4 |
| García Moreno | 5 |
| Cascadas      | 6 |
| Mapa          | 7 |

**Vacas Galindo**

Hermoso criadero de plantas donde los visitantes pueden tomar una planta e ir a sembrarla para el crecimiento y cuidado de los bosques.

C. Alza      C. Bajera

**INTAG**  
FOTO LIBRO

|               |   |
|---------------|---|
| Cuellaje      | 1 |
| Peñaherrera   | 2 |
| Apuela        | 3 |
| Vacas Galindo | 4 |
| García Moreno | 5 |
| Cascadas      | 6 |
| Mapa          | 7 |

**Vacas Galindo**

Las áreas de Camping son hermosos lugares de amplio espacio donde todos pueden acampar con toda tranquilidad y seguridad.

C. Alza      C. Bajera

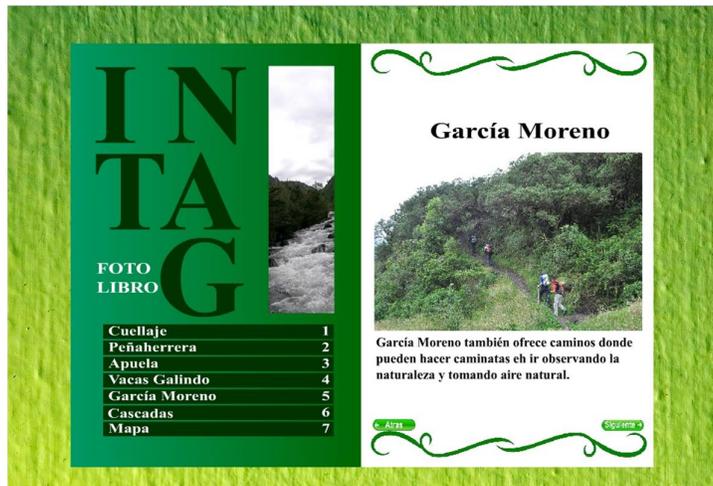
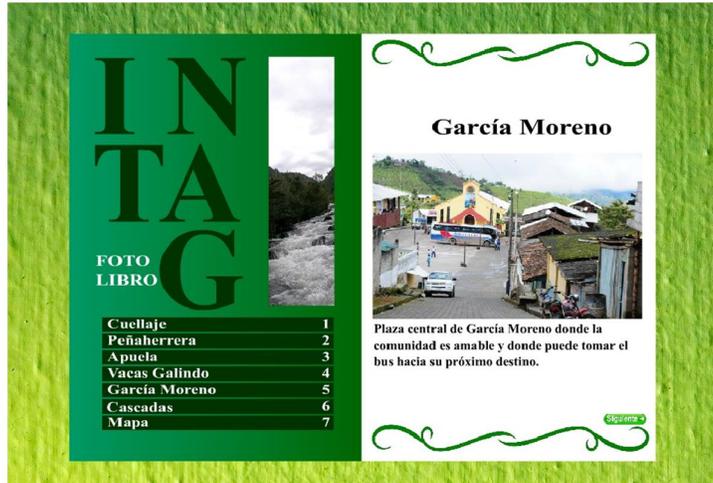
**INTAG**  
FOTO LIBRO

|               |   |
|---------------|---|
| Cuellaje      | 1 |
| Peñaherrera   | 2 |
| Apuela        | 3 |
| Vacas Galindo | 4 |
| García Moreno | 5 |
| Cascadas      | 6 |
| Mapa          | 7 |

**Vacas Galindo**

Puede disfrutar de la vista de competencias de bicicletas y si gustan participar en ellas, estas competencias se realizan cada fin de mes.

C. Alza      C. Bajera



# INTAG

FOTO LIBRO

|               |   |
|---------------|---|
| Cuellaje      | 1 |
| Peñaherrera   | 2 |
| Apuela        | 3 |
| Vacas Galindo | 4 |
| García Moreno | 5 |
| Cascadas      | 6 |
| Mapa          | 7 |

## García Moreno



El gabinete les ofrece una gran fiesta para la distracción y relajación disfrutando de las fiestas.

Atrás
Siguiente

# INTAG

FOTO LIBRO

|               |   |
|---------------|---|
| Cuellaje      | 1 |
| Peñaherrera   | 2 |
| Apuela        | 3 |
| Vacas Galindo | 4 |
| García Moreno | 5 |
| Cascadas      | 6 |
| Mapa          | 7 |

## García Moreno



El paseo del chagra es uno de los eventos más representativos de las fiestas.

Atrás

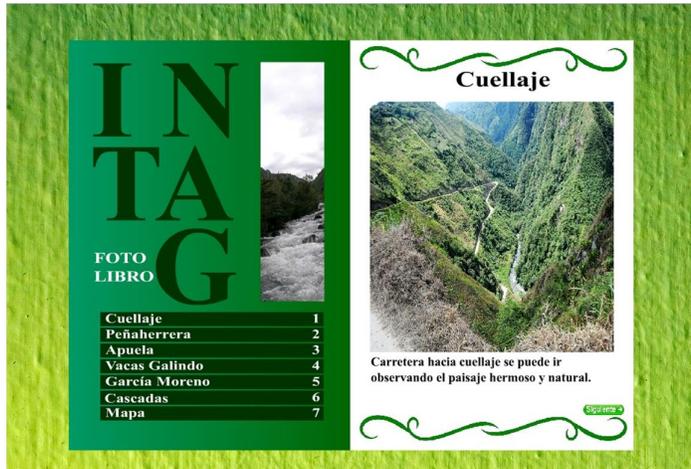
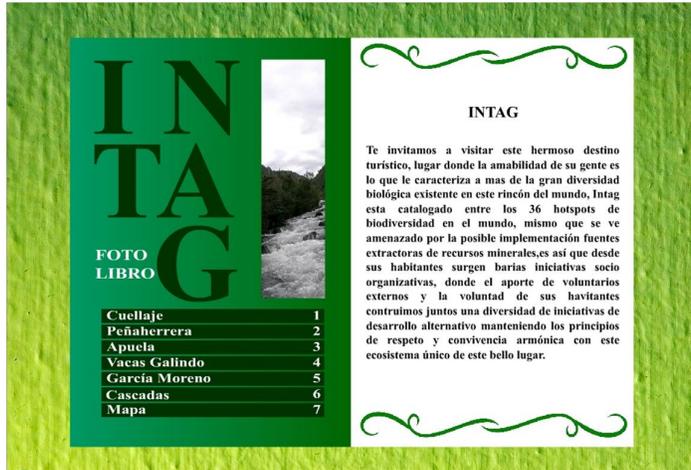
# INTAG

FOTO LIBRO

|               |   |
|---------------|---|
| Cuellaje      | 1 |
| Peñaherrera   | 2 |
| Apuela        | 3 |
| Vacas Galindo | 4 |
| García Moreno | 5 |
| Cascadas      | 6 |
| Mapa          | 7 |

## Mapa



**INTAG**  
FOTO LIBRO

|               |   |
|---------------|---|
| Cuellaje      | 1 |
| Peñaherrera   | 2 |
| Apuela        | 3 |
| Vacas Galindo | 4 |
| García Moreno | 5 |
| Cascadas      | 6 |
| Mapa          | 7 |

**Cuellaje**

Hermosa cabaña para hospedaje de un piso, hermosa vista a la naturaleza.

[C. Altra](#) [C. Altra](#)

**INTAG**  
FOTO LIBRO

|               |   |
|---------------|---|
| Cuellaje      | 1 |
| Peñaherrera   | 2 |
| Apuela        | 3 |
| Vacas Galindo | 4 |
| García Moreno | 5 |
| Cascadas      | 6 |
| Mapa          | 7 |

**Cuellaje**

Hermosa cabaña para hospedaje de dos pisos con una hermosura vista.

[C. Altra](#) [C. Altra](#)

**INTAG**  
FOTO LIBRO

|               |   |
|---------------|---|
| Cuellaje      | 1 |
| Peñaherrera   | 2 |
| Apuela        | 3 |
| Vacas Galindo | 4 |
| García Moreno | 5 |
| Cascadas      | 6 |
| Mapa          | 7 |

**Cuellaje**

Un buen restaurante donde cualquier visitante disfruta de los platos y la atención que les brindan al ser atendidos.

[C. Altra](#) [C. Altra](#)

## CAPÍTULO VI

### ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

#### 6.01 Recursos

##### Técnico ó Tecnológico

Para el siguiente proyecto se utilizara los siguientes programas de Adobe:

Adobe Photoshop:Es principalmente usado para edición y retoque de fotografías su nombre en español significa " Taller de Fotos " siendo líder mundial del mercado de aplicaciones de edición de imágenes

Adobe Flash: Utiliza gráficos vectoriales y gráficos rasterizados, sonido, código de programa, flujo de vídeo y audio bidireccional (el flujo de subida sólo está disponible si se usa conjuntamente con Macromedia Flash Communication Server). En sentido estricto, Flash es el entorno de desarrollo y Flash Player es el reproductor utilizado para visualizar los archivos generados con Flash. En otras palabras, Adobe Flash crea y edita las animaciones o archivos multimedia y Adobe Flash Player las reproduce.

Para utilizar estos programas se contó con una computadora de escritorio

- Procesador Intel(R) Core(TM)2
- Velocidad de procesador CPU @ 2.00 GHz 2.00 GHz
- Memoria RAM 116 GB
- Sistema operativo de 32 bits
- Teclado de 80 teclas

##### Económico

Se realizara una inversión propia de los gastos

## 6.02 Presupuesto

### Gastos operativos

**Tabla 22** Gastos operativos

| No     | Descripción | Valor unitario | Valor total  | Financiamiento |
|--------|-------------|----------------|--------------|----------------|
| 2      | Transporte  | \$20           | \$40         | Propio         |
| viajes |             |                |              |                |
|        | Viáticos    | \$5            | \$100        | Propio         |
|        | Internet    | \$38.50        | \$154        | Propio         |
|        | Impresiones | \$0.05         | \$10         | Propio         |
|        |             | <b>Total</b>   | <b>\$304</b> |                |

**Elaborado por:** Juan Carlos Vinueza Morales

### Aplicación del Proyecto:

**Tabla 23** Aplicación del proyecto

| N o. | Descripción       | Valor Unitario   | Valor total |
|------|-------------------|------------------|-------------|
| 1    | Gastos operativos | \$304            | \$304       |
|      | Luz               | \$60             | \$60        |
|      |                   | Sub total        | \$364       |
|      |                   | 10% de impuestos | \$625       |
|      |                   | Total            | \$989,00    |

**Elaborado por:** Juan Carlos Vinueza Morales

### 6.03 Cronograma

**Tabla 24** Cronograma

| No | Actividad                | Responsable  | Tiempo |        |   |   | Resultados esperados                                             |                                                                                             |
|----|--------------------------|--------------|--------|--------|---|---|------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                          |              | Mes    | Semana |   |   |                                                                  |                                                                                             |
|    |                          |              |        | 1      | 2 | 3 |                                                                  | 4                                                                                           |
| 1  | Aprobación del tema      | Juan Vinueza | Abril  |        |   | x | Plantear ideas sobre los métodos que se utilizara en el proyecto |                                                                                             |
| 2  | Antecedentes             | Juan Vinueza | Abril  |        |   |   | x                                                                | Obtener información sobre la ciudad de Intag                                                |
| 3  | Análisis de involucrados | Juan Vinueza | Mayo   |        | x |   |                                                                  | Acuerdos sobre las partes que se verán involucradas en el proyecto                          |
| 4  | Problemas y Objetivos    | Juan Vinueza | Mayo   |        |   |   | x                                                                | Investigar el problema con el que cuenta la zona y plantearse un objetivo para solucionarlo |
| 5  | Análisis de alternativas | Juan Vinueza | Junio  |        | x |   |                                                                  | Plantear alternativas para que el proyecto tenga buena acogida por parte del grupo objetivo |
| 6  | La Propuesta             | Juan Vinueza | Julio  | x      | x | x | x                                                                | Diagramación de una revista Informativa                                                     |

ELABORACIÓN DE UN FOTO LIBRO DE LOS LUGARES TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE INTAG PROVINCIA DE IMBABURA.

|   |                                |              |            |  |  |  |   |                                                                                                            |
|---|--------------------------------|--------------|------------|--|--|--|---|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |                                |              |            |  |  |  |   | que tenga buena acogida en los turista                                                                     |
| 7 | Aspectos administrativos       | Juan Vinueza | Agosto     |  |  |  | x | Presupuestos sobre la inversión que tendrá la elaboración del proyecto                                     |
| 8 | Conclusiones y Recomendaciones | Juan Vinueza | Septiembre |  |  |  | x | Plantear conclusiones positivas y recomendaciones que ayuden al proyecto y así asegurarse que tendrá éxito |

**Elaborado por:** Juan Carlos Vinueza Morales

---

## CAPÍTULO VII

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 7.01 Conclusiones

Al terminar este proyecto y con el cumplimiento del cronograma se concluye, para la realización del fotolibro de la ciudad de Intag Provincia de Imbabura nos permitirá:

- Esta experiencia permitido aplicar el aprendizaje basado en el diseño multimedia en la diagramación del fotolibro
- El grupo objetivo en que nos enfocamos puede visitar el fotolibro virtual
- La ubicación geográfica del proyecto, cuenta con condiciones óptimas para la ejecución y elaboración del mismo
- La realización del proyecto ayudara a implementar nuevas fuentes de turismo en Intag Provincia de Imbabura
- El uso correcto del fotolibro permitirá el crecimiento, económico de la zona y causara un aumento en el ámbito sociocultural
- También va a existir una sustentabilidad y sostenibilidad en la ciudad siendo apto para que los visitantes se sienta cómodo y confiados de llevar su familia
- Realizar un correcto uso de la imagen para que exista una perfecta fidelidad por parte de los visitantes
- Aprovechemos el respaldo que nos ha dado los respectivos involucrados en el proyecto

## 7.02 Recomendación

Las recomendaciones para la realización del proyecto para la práctica del proyecto son las siguientes:

- Se ponga en práctica la realización del proyecto de la elaboración del fotolibro de los lugares turísticos de la ciudad de Intag Provincia de Imbabura
- Se realicen enlaces de páginas para las visitas del fotolibro
- Para la ejecución del proyecto se deben seguir los parámetros técnicos establecidos en esta investigación, de esta manera se lograra alcanzar al grupo objetivo planteado
- La ciudad de Intag tendrá mejores resultados si implementara un fotolibro virtual informándolos lugares turísticos de la ciudad que ofrece al turista
- Siempre respetar las nuevas leyes de comunicación al momento de realizar el fotolibro
- Se debe siempre realizar un estudio para realizar el fotolibro para Intag y realizar una inversión respectiva
- Mantener un porcentaje necesario dentro de un presupuesto estimado
- Explotar los atractivos turísticos referente para llegar a darse un posicionamiento el ámbito cultural



---

### Bibliografía VIII

Intag, c. z. (25 de Febrero de 2000). *Intag*. Recuperado el 14 de Octubre de 2014, de

Intag: <http://cordinadorazonalintag.blogspot.com/p/intag.html>

Andes, I. T. (22 de Marzo de 2011). *La Zona de Intag*. Recuperado el 14 de Octubre

de 2014, de Inicio: <http://www.intagturismo.com/>

wikipedia. (10 de Abril de 2014). *Intag*. Recuperado el 14 de Octubre de 2014, de

Artículo: <http://en.wikipedia.org/wiki/Intag>