



Universidad
Técnica de
Cotopaxi

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO COMPUTARIZADO
PROYECTO DE TITULACIÓN II

“DISEÑO EDITORIAL TÚRISTICO PARA EL
CANTÓN SAQUISILÍ EN EL PERIODO OCTUBRE
2016 - FEBRERO 2017”

Autores:

Monge Vaca Henry Patricio

Pruna Herrera Alvaro Emilio

Tutora:

MSc. Naranjo Huera Vilma Lucia

Latacunga – Ecuador

2017



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Viernes 22 de Marzo del 2017

Estimada Ingeniera

MSc. Gina Venegas

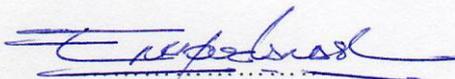
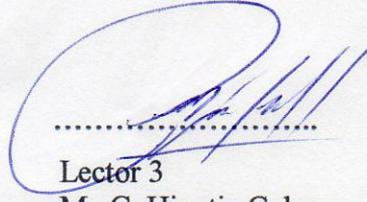
DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

Presente.-

De mi consideración:

Reciba un cordial saludo, a la vez deseándole éxitos en sus funciones. En cumplimiento con el Reglamento de Titulación de la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI, en calidad de Lector informante de Tribunal Evaluador del Trabajo de Titulación “DISEÑO EDITORIAL TÚRISTICO PARA EL CANTÓN SAQUISILÍ EN EL PERIODO OCTUBRE 2016 - FEBRERO 2017”, propuesto por los estudiantes PRUNA HERRERA ALVARO EMILIO, MONGE VACA HENRY PATRICIO, de la carrera de Ingeniería en Diseño Gráfico, me permito indicar que han concluido todas las observaciones y acogido las correcciones señaladas por el Tribunal Lector, por lo cual, presentamos el Aval de Aprobación del PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, en virtud de lo cual los postulantes puede presentar la sustentación final de su proyecto de investigación.

Particular que pongo en su conocimiento para los fines legales pertinentes.

	
Lector 1 (Presidente) Mg.C. Ximena Parra C.I. 010293729-9	Lector 2 Arq. Enrique Lanás C.I. 050164759-8
	
Lector 3 Mg.C. Hipatia Galarza CI. 180402557-3	



DECLARACIÓN DE AUTORÍA



Nosotros, **ALVARO EMILIO PRUNA HERRERA, HENRY PATRICIO MONGE VACA** declaramos ser autores del presente proyecto de investigación “**DISEÑO EDITORIAL TÚRISTICO PARA EL CANTÓN SAQUISILÍ EN EL PERIODO OCTUBRE 2016 - FEBRERO 2017**”, siendo la **MSc. Vilma Lucia Naranjo Huera** tutora del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.


.....
Alvaro Emilio Pruna Herrera
C.I. 050242814-7


.....
Henry Patricio Monge vaca
C.I. 050312243-4



AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de Tutor del Trabajo de Investigación sobre el título: **“DISEÑO EDITORIAL TÚRISTICO PARA EL CANTÓN SAQUISILÍ EN EL PERIODO OCTUBRE 2016 - FEBRERO 2017”**, De los estudiantes **PRUNA HERRERA ALVARO EMILIO, MONGE VACA HENRY PATRICIO**, de la carrera de ingeniería **EN DISEÑO GRÁFICO COMPUTARIZADO**, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Proyecto que el Honorable Consejo Académico de la Facultad Académica de **CIENCIAS HUMANAS DE LA EDUCACIÓN** de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, 22 de Marzo del 2017

TUTORA



.....
MSc. Naranjo Huera Vilma Lucia
TUTOR

AGRADECIMIENTO

Gracias a Dios por estar junto a mí en cada paso, por permitirme tener una buena experiencia en la universidad, gracias a cada maestro que hizo parte de este proceso integral de formación. De igual manera mi más sincero agradecimiento a mi esposa por su continuo apoyo, y esencialmente a mis hijas por darme la fortaleza de continuar. A mí padre a pesar de nuestra distancia física, siento que estás conmigo siempre y aunque nos faltaron muchas cosas por vivir juntos, sé que este momento hubiera sido tan especial para ti como lo es para mí. A mi madre por ser el pilar más importante y por demostrarme su cariño. En general a todas las personas que estuvieron a mi lado, desde lo más profundo de mi corazón agradezco el haberme brindado todo el apoyo, colaboración, ánimo y sobre todo cariño y afecto.

Alvaro

AGRADECIMIENTO

Dedico esta tesis a Dios y a mi familia, en especial a mis padres, mi esposa y mi hijo, quienes supieron guiarme por el buen camino, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, a mis padres quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi soporte en todo momento, depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento de mí, a mi esposa por su apoyo y por cada momento compartido en el día a día y durante la realización de la tesis.

Henry

DEDICATORIA

La tesis va dedicada con todo mi amor y cariño a DIOS que me brindaste la oportunidad de vivir y de regalarme una familia maravillosa.

Agradezco a mi amada esposa por su apoyo y animo brindado día a día para alcanzar nuevas metas tanto como profesionales y personales.

Gracias a mis hijas que más amo, a ustedes les dedico este triunfo, siempre velaré por su bien estar y felicidad, son quienes me da el coraje de luchar. Gracias a mi madre por permanecer pendiente de mí, por todo su sacrificio, siempre te lo agradeceré fiel amiga y compañera. Dedico este triunfo a todos quienes me acompañaron en esta larga y significativa carrera que hoy en día rinde frutos por toda esa dedicación, sacrificio y la satisfacción de haber cumplido.

Alvaro

DEDICATORIA

Esta tesis va dedicada con mucho afecto y ternura en primer lugar a DIOS, por haberme dado la vida y permitirme seguir este camino de lucha y constancia.

A mis padres que gracias a su apoyo incondicional, consejos y mucha preocupación contribuyeron a culminar mi carrera, inculcándome valores como la responsabilidad y humildad. En general a todos mis familiares y amigos que gracias a sus oportunos consejos hoy en día surgen frutos de aquellas palabras enmendadas al triunfo y la satisfacción de haber cumplido. Mi esfuerzo y entrega me permitieron alcanzar esta victoria que dedico con mucho orgullo a mi pequeño hijo Martin que con su amor, ánimo y alegría enaltecieron mis deseos de luchar y salir adelante inspirándome a cosechar un camino de muchas aspiraciones y anhelos, a mi esposa por apoyarme y alentarme a perseguir mis sueños.

Henry

ÍNDICE GENERAL

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	iii
AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	iv
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA.....	vii
DEDICATORIA.....	viii
RESUMEN	xvi
ABSTRACT	xvii
AVÁL DE TRADUCCIÓN.....	xviii
1. INFORMACIÓN GENERAL	1
2. RESUMEN DEL PROYECTO	2
3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	2
4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO	3
5. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	3
6. OBJETIVOS	4
Objetivo General.....	4
Objetivos Específicos	4
7. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS	5
8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA	6

Diseño editorial.....	6
Objetivo del diseño editorial.....	7
Función del diseño editorial	7
Etapas del diseño editorial.....	7
Elementos del diseño editorial.....	8
Tipografía	9
Familia Tipográfica	10
Combinar imágenes y tipografía.....	10
Características de algunas tipografías.....	10
Ilustración	11
Maquetación	12
La retícula o grilla.....	12
Tipos de retículas o grillas.....	13
Retícula de Manuscrito:.....	13
Retícula de Columnas:.....	13
Retícula Modular:	13
Retícula Jerárquica:	14
Distribución de textos e imágenes	14
Titulares y pie de imagen.....	14
El cuerpo del texto.....	15
Subtítulos, imágenes y espacios	15
Diferentes clases de formatos	15
Los márgenes	16
Tabulaciones del texto	16
Trabajar con imágenes.....	16
Gama cromática.....	17
Valor expresivo del color	17
El color desde el diseño gráfico.....	18
Tipos de documentos.....	18

Libros.....	18
Revistas.....	19
Folleto.....	20
El turismo	20
Tipos de turismo	21
Turismo cultural:	21
Turismo rural:.....	21
Turismo natural:	21
Turismo gastronómico:.....	21
Turismo comercial:.....	22
Turismo comunitario:	22
Guía turística.....	22
Partes de una guía turística	23
Elementos de una guía turística	23
La distribución turística	25
Comunicación turística	25
Promoción turística.....	25
Gestión del diseño gráfico	25
Importancia de gestión del diseño	26
Gestión de la estrategia del diseño	26
Como identificar las oportunidades del diseño.....	26
Métodos para identificar las oportunidades del diseño	27
Comprender al público y el mercado.....	27
Interpretar las necesidades de los consumidores	27
Gestión del proceso de diseño	27
Como expresar la marca a través del diseño.....	28
Inicio de un proyecto de diseño.....	28
Identidad corporativa.....	28
La cultura corporativa y sus aspectos	29
Estructura de la identidad corporativa	29
Estructura de marcas.....	29

Estructura monolítica.....	29
Estructura de respaldo	29
Publicidad	29
Publicidad Corporativa.....	30
La marca	30
El logotipo	31
El símbolo gráfico	31
Distribución de titulares, texto e imágenes.....	31
Fotografía.....	32
Elementos de la fotografía.....	33
Composición en la fotografía	33
Leyes.....	34
Ley de horizonte	34
Ley de tercios.....	34
El punto.....	34
La línea	35
El color	35
La textura.....	35
El contorno	35
La dirección	35
La escala	36
El movimiento	36
9. PREGUNTAS CIENTÍFICAS	36
10. METODOLOGÍAS Y DISEÑO EXPERIMENTAL	36
Métodos de investigación	36
Método Inductivo	36
Método Analítico.....	37
Tipos de investigación.....	37
Investigación Descriptiva	37

Investigación de Campo	37
Investigación Bibliográfica.....	37
Enfoque cualitativo.....	38
Enfoque cuantitativo.....	38
Técnicas de investigación.....	38
Entrevista	38
Encuesta.....	38
11. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	38
Resultados generales de la investigación.....	45
Antecedentes del cantón Saquisilí	45
Tema de la propuesta.....	50
Introducción.....	50
Objetivos Específicos	50
Descripción de la propuesta.....	51
Selección de las retículas y márgenes.....	52
13. PRESUPUESTO PARA LA PROPUESTA DEL PROYECTO.....	74
14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	75
Conclusiones.....	75
Recomendaciones	75
BIBLIOGRAFIA CITADA.....	76
WEBGRAFIA	77
ANEXOS	78

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Población del Cantón Saquisilí.....	3
Tabla 2 Actividades de los objetos planteados	5
Tabla 3 Características de la tipografía final	11
Tabla 4 lugares Turísticos.....	40
Tabla 5 Festividades	41
Tabla 6 Información Turística	42
Tabla 7 Materiales Gráficos	43
Tabla 8 Departamento de Información Turística.....	44
Tabla 9 Resultados generales de las entrevistas	45
Tabla 10 Costos Directos.....	74
Tabla 11 Costos Indirectos	74

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Lugares Turísticos	40
Gráfico 2 Festividades	41
Gráfico 3 Información Turística.....	42
Gráfico 4 Materiales Gráficos	43
Gráfico 5 Departamento de Información Turística.....	44
Gráfico 6 Réticula de portada.....	52
Gráfico 7 Réticula páginas interiores	53
Gráfico 8 Logotipo	54
Gráfico 9 Logotipo blanco y negro.....	54
Gráfico 10 Construcción geométrica.....	55
Gráfico 11 área de protección.....	55
Gráfico 12 Gama de Colores	56
Gráfico 13 Usos permitidos del logotipo.....	56
Gráfico 14 Normalización de tamaño.....	57
Gráfico 15 Iconos de la guía.....	60
Gráfico 16 Márgenes	60
Gráfico 17 portada y contraportada	60
Gráfico 18 página interna contenido	62

Gráfico 19 página interna de la división política.....	63
Gráfico 20 página interna de la síntesis histórica	64
Gráfico 21 página interna de celebraciones y tradiciones	65
Gráfico 22 Página interna de los atractivos naturales.....	66
Gráfico 23 Página interna de los sitios turísticos	67
Gráfico 24 página interna de las festividades	68
Gráfico 25 Página interna de las plazas.....	69
Gráfico 26 Página interna de las plazas.....	70
Gráfico 27 Página interna de las plazas.....	71
Gráfico 28 Página interna de las plazas.....	72
Gráfico 29 Página interna gastronomía	73

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN

TEMA: “DISEÑO EDITORIAL TURÍSTICO PARA EL CANTÓN SAQUISILÍ EN EL PERIODO OCTUBRE 2016 - FEBRERO 2017”

Autores:

Monge Vaca Henry Patricio

Pruna Herrera Alvaro Emilio

Tutora:

MSc. Naranjo Huera Vilma Lucia

RESUMEN

El Turismo es una actividad de importancia económica a nivel global, y a la vez es una área estratégica para un país que sabe explotarlo, que requiere de atención inmediata en el Cantón Saquisilí, para dar a conocer sus atractivos naturales y culturales con los que cuenta. Con el acercamiento al GAD del cantón se planteó la necesidad de la comunicación turística por medios gráficos, para lo cual se plantea el diseño de una guía turística, con elementos del diseño editorial, que propenda a informar e incentivar la visita de turistas nacionales. El proyecto además apporto en la identidad visual del Cantón Saquisilí resaltando las posibilidades de explorar lugares poco visitados, mediante el impulso de los principales atractivos naturales y culturales. El Turismo cultural enfocado en mostrar las ferias de comercio popular y los atractivos naturales como espacios recreativos con diversidad de flora, constituye escenarios perfectos para el turismo de aventura consiente de su preservación y conservación. El diseño gráfico invita a explorar y hacer uso racional de los recursos para futuras generaciones en función de fortalecer el desarrollo en beneficio de su población.

Palabras Claves: Turismo, Desarrollo, Diseño.

**TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI
FACULTY OF HUMAN SCIENCES AND EDUCATION**

THEME: TOURISM EDITORIAL DESIGN FOR SAQUISILI CANTON DURING
OCTOBER 2016 - FEBRUARY 2017 PERIOD

Authors:

Monge Vaca Henry Patricio

Pruna Herrera Alvaro Emilio

Tutor:

MSc. Naranjo Huera Vilma Lucia

ABSTRACT

Tourism is an activity of economic importance at a global level, and at the same time, it is a strategic area for a country that knows how to exploit it, which requires immediate attention in the Saquisilí Canton to publicize its natural and cultural attractions. The design of a tourist guide, with elements of editorial design, was proposed due to the need of tourist communication by visual means which was socialized to the GAD Canton that tends to inform and encourage the visit of national tourists. The project also contributed to the visual identity of the Saquisilí Canton highlighting the possibilities of exploring non-visited places, through the promotion of the main natural and cultural attractions. The cultural tourism focused on showing the traditional trade fairs, and the natural attractions as recreational spaces with a diversity of flora constitute perfect scenarios for a conscientious adventure tourism that take care its preservation and conservation. Graphic design invites to explore and make rational use of resources for future generations to strengthen the development for the benefit of its population.

Keywords: Tourism, development, design



Universidad
Técnica de
Cotopaxi

CENTRO CULTURAL DE IDIOMAS

AVÁL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro Cultural de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal **CERTIFICO** que: La traducción del resumen del proyecto al Idioma Inglés presentado por los señores **Monge Vaca Henry Patricio, Pruna Herrera Alvaro Emilio** de la Carrera Diseño Gráfico Computarizado de la facultad de Ciencias Humanas y Educación, cuyo Título versa **“DISEÑO EDITORIAL TÚRISTICO PARA EL CANTÓN SAQUISILÍ EN EL PERIODO OCTUBRE 2016 - FEBRERO 2017”** lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo al peticionario hacer uso del presente certificado de la manera ética que estimaren conveniente.

Atentamente:

Ing. Wilmer Patricio Collaguazo Vega

DOCENTE CENTRO CULTURAL DE IDIOMAS

C.C. 172241757-1

1. INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto:

“DISEÑO EDITORIAL TURÍSTICO PARA EL CANTÓN SAQUISILÍ EN EL PERIODO OCTUBRE 2016 - FEBRERO 2017”

Fecha de inicio:

8 de Octubre del 2016

Fecha de finalización:

31 de Enero del 2016

Lugar de ejecución:

Saquisilí

Facultad que auspicia:

Facultad Ciencias Humanas y Educación

Carrera que auspicia:

Ingeniería en Diseño Gráfico Computarizado

Proyecto de investigación vinculado:

“Diseño editorial turístico para el cantón Saquisilí en el periodo octubre 2016 - febrero 2017”

Línea de investigación:

CULTURA, PATRIMONIO Y SABERES ANCESTRALES

Esta línea pretende fomentar investigaciones interdisciplinarias y transdisciplinarias que reconozcan los saberes y conocimientos ancestrales como parte del acervo cultural y del patrimonio histórico de las comunidades originarias, revalorizando el importante recurso que estos saberes constituyen para la sociedad y permitan proteger y conservar la diversidad cultural que caracteriza a nuestro entorno

PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DEL TURISMO SOSTENIBLE

El turismo sostenible tiene como finalidad favorecer la conservación de los recursos naturales, culturales y patrimoniales, así como potenciar el desarrollo socioeconómico de las comunidades locales, a través del conocimiento y aprovechamiento del patrimonio natural y cultural. En consecuencia, el objetivo de esta línea es el diagnóstico, análisis, diseño y ejecución de modelos turísticos que respondan a estas necesidades.

Sub líneas de investigación de la Carrera:

Diseño aplicado a investigación y gestión histórica-cultural

2. RESUMEN DEL PROYECTO

El Turismo es una actividad de importancia económica a nivel global, y a la vez es una área estratégica para un país que sabe explotarlo, que requiere de atención inmediata en el Cantón Saquisilí, para dar a conocer sus atractivos naturales y culturales con los que cuenta. Con el acercamiento al GAD del cantón se planteó la necesidad de la comunicación turística por medios gráficos, para lo cual se plantea el diseño de una guía turística, con elementos del diseño editorial, que propenda a informar e incentivar la visita de turistas nacionales. El proyecto además aporta en la identidad visual del Cantón Saquisilí resaltando las posibilidades de explorar lugares poco visitados, mediante el impulso de los principales atractivos naturales y culturales. El Turismo cultural enfocado en mostrar las ferias de comercio popular y los atractivos naturales como espacios recreativos con diversidad de flora, constituye escenarios perfectos para el turismo de aventura consiente de su preservación y conservación. El diseño gráfico invita a explorar y hacer uso racional de los recursos para futuras generaciones en función de fortalecer el desarrollo en beneficio de su población.

Palabras Claves: Turismo, Desarrollo, Diseño.

3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

La escasa información turística del cantón Saquisilí, ubicado en la provincia de Cotopaxi, ha limitado su difusión. El GAD municipal del cantón no cuenta con material que pueda promocionar los sitios turísticos. El material gráfico es un elemento que puede ser entregado al turista de manera directa. Por ello se plantea la necesidad de llevar a cabo el proyecto de investigación en donde el diseño editorial aporte en la difusión de los sitios turísticos del cantón. Una alternativa para promocionar al cantón es determinar las necesidades de comunicación turística y conocer las facilidades de información que brinda el producto editorial, para ello se plantea la creación de una guía turística que recopile la de información dirigida a los habitantes del sector, y a los turistas nacionales. De esta manera el GAD

municipal de Saquisilí tendrá un material visual que sintetice las posibilidades turísticas del cantón en un solo producto editorial a manera de una guía turística con mapas de ubicación vial, que permitan llegar a los sitios menos visitados, información textual y visual de las siete plazas comerciales en donde se oferta variedad de productos, gastronomía, artesanías entre otros. La fotografía por otro lado permite mostrar los paisajes naturales, flora y fauna que motiva el retorno del turista a visitar más de un sitio.

4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

Directos: La población del Cantón Saquisilí se estima en unos 25320 habitantes según el último censo del INEN 2010, mediante el turismo se promocionará al cantón, entonces, la promoción brindará oportunidades económicas, turísticas, culturales y sociales a sus habitantes pero especialmente a sus comerciantes.

Tabla 1 Población del Cantón Saquisilí

Habitantes	25320
Indígenas (campesina)	El 65%
Mestizos	EL 35%
sexo femenino	53%
sexo masculino	47%

Elaborado por: Alvaro Pruna, Henry Monge

Indirectos: Los beneficiarios indirectos de este proyecto son los turistas que visiten el cantón, un aproximado de 9000 visitantes son los que acuden a conocer y disfrutar de los atractivos naturales y comerciales del sector.

5. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Durante los últimos años la actividad turística se ha convertido en el sector socioeconómico de mayor crecimiento en el mundo fomentando el desarrollo, dinamizando la economía, revitalizando los valores culturales y permitiendo valorar los recursos naturales existentes.

Ecuador es considerado como uno de los destinos turísticos más interesantes de Latinoamérica debido a que concentra en una superficie muy reducida una gran diversidad

cultural, ecosistemas únicos y muy diversos y la presencia de una variedad de paisajes en las cuatro regiones naturales.

El turismo en nuestra provincia Cotopaxi, se ha visto afectada por el desconocimiento de los lugares turísticos que poseemos, el principal motivo de esta solución gráfica es brindar información detallada de cada uno de los lugares que se pueden visitar.

Luego de haber revisado los archivos que se encuentran en el (GAD) Municipal del Cantón Saquisilí podemos concluir que una problemática importante es:

Que el turismo no es aprovechado de una manera adecuada; existen muchas debilidades en el manejo de la actividad turística, como la falta de profesionales, mal manejo de los recursos, poca promoción, falta de organización y la poca importancia al sector turístico como actividad que puede mejorar el desarrollo de la localidad, siendo que este cantón tiene una actividad turística muy marcada especialmente los días miércoles y jueves debido a la feria que se desarrolla en el mismo, en la cual se podría aprovechar para difundir los demás atractivos turísticos que posee Saquisilí y no son tan conocidos.

Saquisilí tiene un potencial turístico manifestado en la feria que se realiza en sus siete plazas, elementos naturales y expresiones culturales con capacidad para despertar el interés del turista, muestra de ello lo constituye los Miradores Naturales del Wingopana, El Danzante de Saquisilí, Festividades en Honor a la Virgen del Quinche, Laguna de Tiloncocha, Cascada Candela Fazo, Iglesia Central y Parque la Concordia, Parque Ecológico y sus 7 Plazas las cuales son: Plaza Juan Montalvo, Plaza Gran Colombia, Plaza 18 de Octubre, Plaza de Rastro, Plaza Vicente Rocafuerte, Plaza Kennedy, Plaza San Juan Bautista.

6. OBJETIVOS

Objetivo General

- Desarrollar un producto de diseño editorial que permita la difusión de los lugares turísticos en el Cantón Saquisilí.

Objetivos Específicos

- Recopilar información referente al diseño editorial y el turismo del cantón Saquisilí.

- Realizar un análisis de la situación actual de la difusión de los atractivos culturales y naturales del cantón como destinos turísticos.
- Diseñar una guía turística que permita la difusión de los lugares turísticos en el Cantón Saquisilí.

7. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS

Tabla 2 Actividades de los objetos planteados

OBJETIVO	ACTIVIDAD	RESULTADO DE LA ACTIVIDAD	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
Recopilar información referente al diseño editorial y el turismo para la difusión del cantón Saquisilí	Recopilación de toda la información necesaria de los sitios turísticos. Estudiar las técnicas necesarias y fundamentales del diseño editorial	Constancia de los problemas y posibles causas que afectan al Cantón. Conceptos claros de los medios gráficos que se va a efectuar en el proceso del proyecto	Se utilizará la técnica de observación y la herramienta de revisión de campo, El cual se utilizó para dar constancia de los lugares turísticos
Realizar un análisis de la difusión actual de los atractivos culturales y naturales del cantón.	Estudio de la difusión de los sitios atractivos culturales y naturales	Situación actual de la difusión	La técnica que se realizó fue la entrevista y la encuesta a los habitantes del cantón y a los funcionarios del GAD municipal

Diseñar un producto editorial que permita la difusión de los lugares turísticos en el Cantón Saquisilí.	Elaboración de la identidad o marca para la promoción del turismo Elaboración del boceto, diagramación y diseño del producto grafico	<ul style="list-style-type: none"> • Contenido de la guía • Marca corporativa • Fotografía • Diagramación de la guía turística 	Se utilizará la técnica experimental con técnicas, estrategias para le creación del diseño editorial.
---	---	--	---

Elaborado por: Pruna Álvaro, Monge Henry

8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA

Diseño editorial

El diseño editorial es una área correspondiente al diseño gráfico la misma que se especializa en la maquetación y composición de diferentes publicaciones como revistas, libros, periódicos, catálogos, entre otros; organizando en un espacio texto e imágenes que entretenga e informe al lector.

El diseño editorial es considerado como: “Una forma de periodismo visual, en la medida en que esa etiqueta lo distingue de packaging, que suelen orientarse exclusivamente a la promoción de un punto de vista o producto” (Zappaterra 2008, p. 6).

El diseño editorial se convierte en un medio importante para transmitir un mensaje hacia el lector, puesto que hace énfasis en la forma, el formato, la actividad y sobre todo la funcionalidad, no solo es importante el contenido sino todos los elementos que componen el producto final tanto de diseño como de producción, visto desde el área de diseño gráfico teniendo como objetivo fundamental realizar una publicación mediante imágenes, texto y diseño, como primera instancia es importante determinar el tipo de producto editorial que se desea realizar y en base a una investigación profunda determinar si el tipo de soporte editorial es el más adecuado para el grupo objetivo al cual está enfocando el proyecto así como también el tipo de contenido que estará explícito en el mismo. Generando ideas a través de

tipografías, colores, formas y composiciones que muestren una relación inequívoca del contenido expuesto en el diseño final.

La pretensión del diseño editorial es: “Diseñar obras y difundirlas, comunicar eficientemente unas ideas a través de unas tipografías, colores, formas y composiciones que muestren una relación inequívoca del contenido que contiene” (Zanón, 2004, p.24).

Objetivo del diseño editorial

El objetivo principal es el de comunicar o transmitir una idea o narraciones mediante la organización y presentación de imágenes y palabras que cada uno de estos elementos cumple una función diferente sea en un periódico o revista mientras agrade la atención del lector (Zappaterra, 2008, p. 24).

Función del diseño editorial

El diseño editorial se puede desempeñar diversas funciones, entre ellas son: “Dotar de expresión y personalidad al contenido, atraer y retener la atención de los lectores o estructurar el material de una manera nítida. Todos estos objetivos se deben enlazar en una manera armónica para obtener el producto final deseado (Zappaterra, 2008, p. 15).

Etapas del diseño editorial

Según la investigadora menciona que existen cuatro etapas del diseño editorial las mismas que se clasifican de la siguiente manera: (Hdez 2012, p. 9).

- Etapa de creación: observa el contenido de nuestra publicación.
- Etapa de edición: Observa corregir el contenido, adaptarlo a la imagen o manera en que queremos transmitir el mensaje.
- Etapa de diseño: Se determinan los espacios desde el tamaño y proporción, (retícula, mancha tipográfica, espacios blancos, etc.)
- Etapa de producción: Observa el resultado final

Elementos del diseño editorial

El diseño editorial visto desde un punto de vista del diseñador gráfico, tiene como propósito observar la publicación como un proyecto de imagen y diseño. Para ello, primero se debe observar el tipo de producto que se va a publicar (periódico, folleto, revista) y tomando como referencia, se define el contenido y el tipo de lector al que se va a llegar.

Ya claro el tipo de publicación, se puede definir el estilo. El estilo hace referencia a la forma y reglas de las que el diseño va atenerse. ¿Qué tipografía? Tipo de papel, retícula, tipo de fotografías, logotipo, nombre, ubicación de texto. El estilo determina límites de creatividad, ya que puede usar todos los elementos de diseño, fotografía y funcionalidad, mientras no se pierda la concepción de mensajes limitada por el estilo, puesto que todos los criterios que se observan en la creación de una publicación tienen el objetivo primordial de satisfacer al lector.

El diseño gráfico dicen: “De manera muy general comenta que los elementos del diseño editorial abarcan estas etapas, creación, edición, diseño y producción: (VÉLEZ, Manuel y González Pastor. Adela, año. p.10).

- La creación observa el contenido de nuestra publicación.
- La etapa de diseño determina los espacios desde el tamaño y proporción de la hoja hasta el acomodo visual de los elementos (retícula, mancha tipográfica, espacios blancos, etc.).
- La etapa de producción observa el resultado final. Los criterios anteriores son en sí planeación para estructurar el mensaje, esta etapa consta de plasmar el trabajo final (libro, revista, folleto, periódico, etc.)

a) Publicación

Es necesario saber ante todo que tipo de contenido presenta la publicación para la que se realizará el diseño, así como también hay que tener en cuenta el medio. Cada tipo de medio: revista, periódico o libro, tienen características en cuanto a formato, composición, información y jerarquía de

Los elementos. Así, el diseño busca expresar el mensaje en la publicación estableciendo unidad entre texto y gráfico.

b) Lectores

Hay que considerar para qué tipo de público va dirigida la publicación. La composición depende del perfil de los lectores a quien va destinado, debe adecuarse a las variables de pertenencia social y cultural.

c) Competencia

Cuando se realiza el diseño no hay que olvidarse las publicaciones de la competencia, sus principales rasgos positivos y negativos, el análisis permitirá realizar un diseño que distinguirá a la publicación en cuestión de las demás.

Tipografía

“Es el arte y la técnica de crear y componer tipos para comunicar un mensaje. También se ocupa del estudio y clasificación de las distintas fuentes tipográficas”: (Hdez, 2012, p. 8).

La tipografía es conocida como un arte que permite la creación y composición de tipos para comunicar un mensaje a los lectores, mismo que es considerado como uno de los elementos más activos dentro del diseño editorial.

“La tipografía es el reflejo de una época. Por ello la evolución del diseño de las mismas responde a proyecciones tecnológicas y artísticas. El signo tipográfico se ha considerado como uno de los miembros más activos de los cambios culturales del hombre”: (McLean, 1993, p. 37).

La tipografía optimiza la emisión gráfica de mensajes verbales; para el diseñador gráfico es fundamental conocer todas las familias tipográficas, pues es necesario para poder expresar la idea que se quiere conceptuar.

Además busca la manera de optimizar la emisión gráfica de mensajes verbales, ayudan a organizar y racionalizar la comunicación visual, la tipografía enriquece en direcciones múltiples los alcances del Diseño Gráfico.

Familia Tipográfica

Se entiende por fuente tipográfica al estilo o apariencia de un grupo completo de caracteres, números y signos, regidos por características comunes. Mientras que familia tipográfica, es un conjunto de tipos basado en una misma fuente con algunas variaciones, tales como por ejemplo, el grosor y la anchura, pero manteniendo características comunes.

Los miembros que integran una familia se parecen entre sí pero tienen rasgos propios. Cada fuente y familia tipográfica tiene características que la distinguen entre otras, que las hace únicas y le da personalidad al texto. Esa personalidad se magnifica cuando una fuente se usa a través de una presentación digital. ((IAV, Artes Tipográficas, 2010, p. 33,34).

Combinar imágenes y tipografía

“Mediante la fotografía o las ilustraciones conseguiremos establecer una serie de puntos de atención que aportarán color, texturas, dinamismo que son los elementos de más inmediata comunicación. Para la comunicación publicitaria será casi imprescindible su utilización. La ilustración puede ser más eficaz cuando se trata de transmitir ideas, mientras que la fotografía es más literal.”, ((IAV, Artes Visuales, 2006, p. 29).

La fotografía y la ilustración son elementos visuales de gran importancia, aportando ideas a la composición muchas veces sin la necesidad de acompañarlas por texto, esto debido a que tienen un mayor impacto visual.

Características de algunas tipografías

Algunas fuentes resultan ser más legibles que otras; algunas ahorran espacios de interlineados, otros cansan la vista. En la siguiente tabla indicaremos algunas diferencias que se debe conocer:

Tabla 3 Características de la tipografía final

FONT	LEGIBILIDAD	ESPACIADO	TAMAÑO APROPIADO	USO DIDÁCTICO
Arial	Si	Normal	8-10 pts.	Si
Negrita	Si	Más	8-9 pts.	Si
Cursiva	No	Menos	10-12 pts.	Si
Narrow	No	Menos	12 pts.	No
Times Román	Si	Menos	10-12pts	Si
Negrita	Si	Mas	10pts	Si
Cursiva	No	Menos	12pts	Si
Comic Sans	Si	Normal	10pts	Si
Negrita	No	Mas	8pts	No
Cursiva	Si	Mas	9-10pts	No

Elaborado por: Alvaro Pruna, Henry Monge

Ilustración

El termino ilustración se emplea para designar las figuras que decoran un texto y las técnicas para ello empleadas, solo se remonta al primer tercio del siglo XIX.

Etimológicamente, la palabra ilustración se conecta con el verbo ilustrar hacer más claro, más inteligible y dar un chispazo de luz. La ilustración designo primeramente los adornos de los manuscritos antiguos.

BURKEK B. E. Diseño, historia, teoría y práctica del diseño industrial (1990, p.61) manifiesta:

Se debe distinguir, en la larga historia de la ilustración de los libros, dos grandes fases. La primera se remonta a la antigüedad, los manuscritos son adornados con imágenes “manuscritos con pinturas” frecuentemente son coloreadas miniaturas, ilustraciones; por definiciones, estas ilustraciones son obras únicas, aunque suelen hacer varias copias de ellas.

Las ilustraciones en el plano formal, lejos de ser un arte menor, tiene un puesto importante en la historia del desarrollo de las artes plásticas. La ilustración, por su sentido del espacio, por la precisión del dibujo.

Maquetación

El diseño editorial es la rama del diseño gráfico que se dedica a la maquetación y composición de publicaciones tales como revistas, periódicos, libros.

El diseño en el mundo de la empresa(establece: “La maquetación o composición de una página, compaginación de diferentes elementos. Son términos diferentes, que se utilizan para hacer referencia a una misma cosa; la forma de ocupar el espacio del plano medible, la página”. (MOK, C. 1998, p. 24)

Todo diseñador gráfico cuando inicia su trabajo, se preocupa en el cómo disponer el conjunto de elementos de diseño impreso (texto, titulares, imágenes) dentro de un determinado espacio, para conseguir un equilibrio estético. Razón por la cual maquetar un diseño consiste en dar un formato a los documentos, a todo el conjunto de elementos que lo componen, las imágenes, los textos, etc. Para ello antes de empezar a maquetar se debe especificar el documento.

El diseño en el mundo de la empresa, expresa que existen dos características muy importantes sobre el papel: “La primera es el tamaño y la segunda la orientación. Este puede ser horizontal o vertical y el tamaño puede cambiar entre diversas medidas, siendo la más corriente y habitual la DIN A4”: (MOK; C., 1998, p.31)

La retícula o grilla

“La retícula es un conjunto de relaciones basadas en la alineación, actúan como guías en la distribución de elementos de todo formato con la finalidad de conseguir con orden y con estética” (Morgenstern, 2008, p. 16).

Se refiere a la estructura base sobre la que se asientan los elementos gráficos permitiendo obtener claridad, legibilidad y funcionalidad a la composición, además de facilitar el trabajo

creativo, esto además consiste en dividir el espacio en pequeños módulos que sirven de guía para la ubicación de los elementos. La finalidad de la retícula es intentar establecer el orden donde hay caos; hacer que el receptor encuentre el material en el lugar esperado y que el diseñador piense de forma constructiva y estructurada, esto proporciona mayor facilidad y rapidez en la lectura recibiendo de manera óptima la información brindada.

La retícula nos sirve para organizar los elementos tipográficos y pictóricos dentro de una página unificando todas las partes del diseño, la complejidad con que se forme un sistema reticular depende netamente de la clase de información que se va a poner en la página, las cuadrículas poseen líneas de contorno, módulos cuadrículados, módulos de texto, medianiles y márgenes. La retícula se convierte en la base para la creación de cualquier soporte editorial, puesto que mediante está la distribución de los elementos será la más adecuada y precisa, lo cual garantice que la información que se va a visualizar mantenga su contenido, y pueda llegar perfectamente al lector, haciéndola entendible y clara.

Tipos de retículas o grillas

Según Morgenstern (2008) los tipos de retículas o grillas se denominan de la siguiente manera:

- **Retícula de Manuscrito:** Ocupa la mayor parte de una página, de estructura rectangular que acoge textos largos y continuos, tiene una estructura principal (margen y texto) y estructuras secundarias que se definen otros detalles como filio, título de capitulo, notas de pie y numeración.
- **Retícula de Columnas:** Sirve cuando se presenta información discontinua, así se disponen entre columnas verticales, es de carácter flexible y se utiliza para separar diversos tipos de información, columnas para textos y otras para imágenes.
- **Retícula Modular:** Pueden ser verticales u horizontales dependiendo de la organización de las imágenes. Sirve para proyectos complejos y para

diagramar periódicos, sistemas de diseño de información tabulada como cuadros, formularios, programación.

- **Retícula Jerárquica:** Esta rompe con todos los esquemas anteriores, ya que está basada en suposición intuitiva de las delineaciones realizadas a las proporciones de los elementos.

Distribución de textos e imágenes

La distribución de los espacios, está en relación a la forma como se reparten en el papel la fotografía o las ilustraciones para conseguir establecer una serie de puntos de atención que aportarán color, textura y dinamismo, como elementos de más inmediata comunicación; ya que la ilustración puede ser más eficaz cuando se trata de transmitir ideas, mientras que la fotografía es más literal.

Por eso, es necesario cuidar la utilización de espacios de la retícula con respecto a las imágenes, ya que la importancia visual de éstas y su disposición dentro de la página condicionarán el orden de lectura, el recorrido visual y la atención del lector.

Los elementos que se disponen en el momento de maquetar son:

- 1) Los textos: titulares, bloques de textos, subtítulos y pie de foto.
- 2) Las imágenes: fotografías, otras ilustraciones y los espacios en blanco.

Titulares y pie de imagen

- 1) **El titular** de un documento se considera el ingrediente más importante de una composición, porque es el primero en el que se fija el lector. Su labor es captar la atención al público, e incitarle a que se introduzca dentro del tema.

Normalmente, al titular se le suele dar un tamaño mayor que el del cuerpo de texto de esta forma se consigue el efecto que se persigue; captar la atención del lector de forma inmediata.

- 2) **El pie de la imagen.** Se colocan debajo de las imágenes aportando una información adicional de estas. Este texto debe ser breve para identificar la información sobre la imagen.

El cuerpo del texto

El orden de los documentos va de la siguiente manera:

- Titular
- Imagen
- Pie de la imagen
- Texto, este en último término si los tres primeros elementos son interesantes para el lector.

Subtítulos, imágenes y espacios

- **Los subtítulos** se colocan debajo de los títulos principales, y aportan una información complementaria a la del titular principal. Se crearon, porque los titulares suelen ser muy resumidos y no aportan la información necesaria para captar la atención del lector.
- **Las imágenes** son los elementos de la composición que más atraen la atención del lector, ya que visualmente son más rápidas y atractivas de ver que el texto. Estas a su vez, deben contener información relacionada con el texto que las acompaña, ya que de lo contrario, podríamos confundir al público lector.
- **Los espacios** que se encuentran en blanco, no significan nada, pero la composición permite que el texto se lea de una forma más clara y que la composición produzca un efecto visual agradable.

Diferentes clases de formatos

Información audiovisual: teoría y técnica de la información, manifiesta: El formato se define como el tamaño de un impreso, expresando en relación con el número de hojas que

comprende cada pliego o indicando la longitud y la anchura de la plana. Todo esto se resume al espacio que se dispone realizar un diseño. (SANABRIA, Martín F, 2003, p.71).

Los formatos tienen las siguientes estructuras:

- a) De una columna: suele emplearse para libros, mostrando solo el texto, o solo una imagen, o bien una imagen acompañada de texto.
- b) De dos columnas: tiene más probabilidades de combinación entre textos e imágenes, también es el que se utiliza en los libros.
- c) De tres columnas: otro formato muy utilizado, sobre todo para la combinación de imágenes y textos de diferentes tamaños, se utiliza mucho en publicaciones.
- d) De cuatro columnas: la utilizan habitualmente en periódicos y revistas, facilitan mucho la composición cuando existe mucho texto.

Los márgenes

Información audiovisual: teoría y técnica de la información, enuncia: “En un documento existen cuatro márgenes: el margen superior, el inferior, el interior y el margen exterior”. (SANABRIA, Martín F, 2003, p. 31)

Se dice que la medida de los márgenes no es fija en ningún caso en el campo de auto edición o maquetación de profesionales, estos por defecto presentan unos márgenes predefinidos para cada clase de publicaciones que realizan.

Tabulaciones del texto

Dentro del conjunto de ilustraciones, se debe tener en cuenta la alineación del texto, sea esta: de texto a la izquierda, a la derecha, justificado, centrado y asimétrico.

Trabajar con imágenes

Incluir imágenes o ilustraciones en los documentos proporciona mucha fuerza a los mismos, con el aporte de dinamismo y atención para los lectores. La colocación de éstas y su tamaño respecto al texto, puede hacer que varíe el orden de lectura del documento.

Por este motivo es importante tener en cuenta el número, su tamaño y la colocación de las mismas, a la hora de diseñar la retícula compositiva. Una forma muy utilizada y acertada es la de componer formas asimétricas a través de las imágenes, rompiendo a su vez la monotonía de las composiciones. En este contexto el diseño editorial o la maquetación incluyen muchos términos que pueden resultar confusos.

El contenido define el diseño a realizar y su enfoque define todo un complejo sistema de tendencias de diseño. Por lo que el profesional del diseño gráfico tiene que tener en cuenta el impacto e innovación de los diseños de tapas de libros, dándole importancia a la síntesis semántica para que dentro de una gran gama de productos su creación resalte en cuestión de segundos.

Gama cromática

En la guía es muy importante el uso de la gama cromática, gracias a ello conseguimos tener una buena presentación, que sea llamativa al target dirigido, utilizar un color de la manera apropiada nos ayuda en reflejar una idea, a completar una imagen y lo más importante transmitir sentimientos a través del color.

Valor expresivo del color

En el ámbito gráfico se aprecian tres aplicaciones diferentes del color: denotativo, connotativo y esquemático.

- **Color denotativo:** Es el significado que se le ha dado a los colores de manera general. Ejemplo: rojo-peligro, negro-luto, verde-naturaleza, etc.
- **Color connotativo:** desde la antigüedad el color se ha utilizado como un elemento que causa efectos psicológicos al sentimiento que produce en nosotros cada color. Ejemplo. Rojo. Pasión, fuerza, masculinidad. Azul: frescura, limpieza, pureza y frialdad.

El color desde el diseño gráfico

Debe de tomar en cuenta para una mejor percepción y utilización del color en lo siguiente:

- **Impacto emocional:** La psicología cree que el color hace más que solamente impactar nuestro sistema visual. Se cree que algunas reacciones que afectan el estado de ánimo ocurren como resultado de la exposición a ciertos colores (rojo para estimular, azul para calmar, entre otras).
- **Enfoque del usuario:** Cuando hablamos de aplicaciones, podemos controlar o guiar al usuario sobre qué camino seguir. Si bien no podemos controlar el foco del usuario, podemos utilizar métodos subliminales y el color es una forma de hacerlo.

Tipos de documentos

Dentro del diseño y la edición editorial se puede mencionar varios tipos de documentos:

Libros

Según la biblioteca de consulta Microsoft ENCARTA, define a libro como:

Conjunto de varias páginas de papel, papiro u otra materia en la que se pueda escribir, unidas entre sí que contiene textos, ilustraciones o música.

Al contrario de los momentos en los que aparecen textos esculpidos, los libros se pueden transportar fácilmente y a diferencia de los diarios personales, que pueden tener forma de libro, están concebidos para ser divulgados al público.

En este contexto un libro ha de tener un cierto número de páginas para ser considerado como tal, y ha de constituir una unidad independiente para distinguirse de las publicaciones periódicas.

Como objetos portátiles y relativamente duraderos, han ayudado a preservar y a difundir el conocimiento y los sentimientos de sus autores a través de vastas extensiones de

espacio y tiempo, hasta el punto de que se puede decir con toda razón que la civilización actual no habría sido posible sin su existencia.

El interior del libro puede constar de:

- a) Página de cortesía o de respeto, son páginas en blanco que se colocan al principio, al final, o en ambos sitios, dependiendo de la calidad del libro.
- b) Portadilla, es la primera página impar anterior a la portada. Se suele escribir solo el título de la obra o también con el nombre del autor
- c) Contraportada, es la parte del libro enfrentada con la portada

A veces contiene obras de autor u otros aspectos, y otras veces no lleva ningún tipo de contenido:

- a) Portada
- b) Créditos o páginas de derecho
- c) Dedicatoria
- d) Índice
- e) Texto principal
- f) Pie de pagina
- g) Folio o numeración de pagina
- h) Biografía del autor

Revistas

La revista es un tipo de publicación, por lo común semanal, que ha de atraerse al lector, no por el interés de la noticia inmediata que de ello se ocupa cotidianamente el diario si no por la utilización de otros elementos técnicos entre los que el grabado ocupa el primer lugar. La revista tiene esas noticias ya dadas a conocer por el diario para incorporarles aditivos que la complementan.

Una revista puede constar de portada, contraportada, editorial, sumario o contenido, en el que podamos encontrar diferentes temas y anuncios. Sin embargo un libro puede tener infinidad de partes diferentes como: la portada, contraportada, páginas de guarda, presentación, prologo, bibliografía, la cubierta, lomo, solapas, la página de créditos, la

dedicatoria, el prefacio, la nota de agradecimiento, el sumario, el texto con sus partes, capítulos e ilustraciones y los materiales finales como apéndices, notas bibliográficas, páginas de criterios de las ilustraciones, glosarios, índices, colofones, etc.

Folleto

Un folleto es un impreso de varias hojas que sirve como instrumento divulgativo o publicitario.

Para la confección de un folleto publicitario, se recomienda:

- Imprimir títulos y subtítulos claros y atractivos
- Realizar argumentaciones completas. Explicar densamente los beneficios del producto o servicio y hacer un resumen de los mismos.
- Incluir un buen número de fotografías en las que aparezcan los productos así como demostraciones de su funcionamiento. Adjuntar pies de fotos explicativos.
- Acompañar el texto y las fotografías con diagramas y dibujos.
- Realizar un recorrido lógico por los diferentes productos y argumentaciones.

Un folleto es un ejemplo de un documento de tamaño específico con el cual se puede trabajar su texto e imágenes deben caer dentro de un espacio preciso, o de lo contrario el folleto no se doblará correctamente.

Una plantilla o muestra, sería muy útil para un documento como ese. Una vez que se ha creado esa muestra, hacer un folleto se vuelve una tarea muy fácil. Solo necesitará reemplazar el texto temporario, mientras mantiene con cuidado su ubicación en la página.

El turismo

El turismo es una actividad recreativa que tiene como objetivo divertir, despejar la mente del turista, es decir el turismo permite salir de la rutina diaria con la finalidad de dar a conocer atractivos, culturas y tradiciones los cuales son los motivos principales que motivan al turista a recorrer varios sitios.

“Turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos que se producen como consecuencia del desplazamiento y estancia temporal de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que no esté motivado por razones lucrativas” (Krapf, 1942, p. 3).

En sí, el turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de uno o varios individuos que por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro en el que no ejercen alguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interpelaciones de suma importancia económica y cultural para el lugar que visitan y disfrutan durante su estadía.

Tipos de turismo

Los tipos de turismo varían de acuerdo a las actividades que se realizan o el lugar donde se llevan a cabo.

Según ICOMOS. Carta del turismo cultural (2006, p. 75, 76) generalmente se clasifican de la siguiente manera:

- **Turismo cultural:** es la manifestación patrimonial que conserva el cantón y tiene como fin dar conocer lo más trascendental como es las Festividades en Honor a la Virgen de El Quinche que se celebra cada año en el mes de enero.
- **Turismo rural:** Son sus montañas que cobijan a su cálida gente que es posible tener contacto con la naturaleza. La paz del campo, la flora, la fauna y la belleza de los paisajes son sus grandes atractivos.
- **Turismo natural:** Caracterizado por visitar distintos destinos en los que el principal encanto es la naturaleza. En este turismo destacamos los parques, parajes y reservas naturales. un ambiente cálido y acogedor.
- **Turismo gastronómico:** Se trata de un tipo de turismo en el que los protagonistas son la comida y la bebida típica en el catón Saquisilí se ofrecen las tortillas de maíz, mote, hornado y cuy asado.

- **Turismo comercial:** Saquisilí se ha caracterizado por su abundante comercio es por eso que todos los días jueves se desarrollan ferias en sus diferentes plazoletas las cuales fueron creciendo y posesionándose en la economía del centro del país.
- **Turismo comunitario:** Es aquel que realizan determinados sectores que poseen algún atractivo turístico, con el objetivo de dar a conocer mencionado lugar dejando como lucro una buena ganancia, desde un punto de vista intercultural. Familias indígenas comparten sus viviendas con los turistas o visitantes y permiten conocer a fondo sus costumbres, su forma de vida, sus conocimientos.

Guía turística

Carta del turismo cultural determina que la guía turística: “Es la información fundamental que necesita un turista, para la planificación de un viaje, por lo que una de sus funciones es entregar al visitante información en donde no se presenta a un país en su totalidad sino exclusivamente en función como destino turístico”. (ICOMOS, 2006, p. 76)

Se deduce de ello que una guía es un documento de trascendental importancia en la organización de un viaje, que ayuda a direccionar y organizar un itinerario de visitas y exploración de una forma adecuada, permitiendo a la vez establecer los lugares que provean alimentación, descanso, logística, transporte, en fin todo lo necesario que permita brindar confort y sano esparcimiento al visitante.

Busca resaltar en una guía es las bondades y virtudes de un lugar que por sus características demográficas y geográficas, despierte el interés del usuario, provocándole sensaciones y fantasías, estimulando así su deseo y la evocación de situaciones en las que se expresen claramente conceptos como placer, confort, felicidad, aventura o descanso, entre otros.

Por eso, diseñar una guía turística con base en el diseño gráfico, como un medio muy importante de posicionar la imagen y una marca, tiene como objetivo estimular al receptor del mensaje a través de la percepción visual. La importancia de la vista, está, aparte de que es inmediata y práctica, en que nos rememora imágenes y provoca asociaciones emocionales,

que a su vez se mezclan con nuevas percepciones creando infinitos deseos, transportando así al espectador al lugar fotografiado.

Partes de una guía turística

No existe en si una guía turística que satisfaga en su totalidad las expectativas de un viajero o visitante. Pero dentro de los aspectos más relevantes del diseño y diagramación esta satisface la mayor cantidad de las necesidades, interés, economía etc., de quien lo requiere para realizar o controlar un viaje. Para ello se debe estructurar la guía turística observando los siguientes aspectos técnicos.

- Portada.
- Índice
- Mapas ampliados de las plazas y lugares turísticos.
- Zonas turísticas y lugares de interés.
- Puntos de interés turísticos
- Tradiciones y costumbres.
- Datos históricos, informaciones relevantes o curiosidades sobre estos lugares.

Elementos de una guía turística

Manual del emprendedor turístico define: “Los elementos son las partes básicas y fundamentales para el desarrollo y la creación de medios impresos, donde el diseñador debe jugar con su imaginación y colocar los elementos que creyere conveniente para la atracción del público lector”. (MINISTERIO DEL TURISMO, 2002, p. 35)

Por ello se deben observar los siguientes aspectos técnicos:

- a) **La fotografía:** Considerado como un elemento esencial es el encuadre de la fotografía, puesto que si está bien ubicada va a atraer la mirada de los lectores e incluso incentivarlos a conocer el lugar.
- b) **Los colores:** Comprende el lograr exactitud en la reproducción del color para permitir el desarrollo de la expresión e interpretación personal. Uno de los caminos para

lograrlo es buscar deliberadamente imágenes que aíslen pequeños elementos del sujeto y presentarlos de tal forma que se cambie su papel e importancia original. Haciendo así, la fotografía resultante toma un nuevo significado y es una manifestación más personal.

- c) **Forma y contra forma:** Se produce cuando los signos tipográficos impresos sobre el papel blanco cautivan y regularizan la luz, solo puede percibirse en conjunción con el área no impresa. El valor impreso engendra su contravalor, y los dos juntos determinan la forma general. El espacio interior blanco de una letra contribuye a su forma, y el diseñador de tipos deberá equilibrar constantemente forma y contra forma, forma cuando los crea necesario.

- d) **Letra e imagen:** Tanto la letra como la imagen son sometidos a técnicas diferentes y dentro del aspecto del diseño y la diagramación se debe prestar mucha atención a las relaciones que unen los elementos del texto y la ilustración. Por ello, existen dos planeamientos distintos hacia el problema de la armonía entre el texto e impresión. Uno de ellos consiste en hallar la relación formal más estrecha posible entre texto e imagen, y el otro en hallar un contraste entre ellos.

- e) **Unidad de texto y forma:** a menudo el valor sugestivo de un mensaje publicitario depende únicamente de su diseño tipográfico, ya que no va dirigido a un grupo determinado de lectores, el público lee la información publicitaria solo después de haberla percibido visualmente. Lo que corresponde a la tipografía es resaltar del objeto del anuncio uno o más palabras rara vez, el texto completo. Por lo tanto, el tipógrafo debe esforzarse en hallar un equilibrio armonioso entre el significado de una o varias palabras y la forma tipográfica elegida.

El color es otro de los aspectos importantes con que se cuenta, puesto que facilita la interpretación de un texto en términos visuales: estilo y cuerpo de los caracteres, combinación de diferentes estilos y cuerpos, espacios entre letras, inversión o intercambio de letras, desviaciones de la línea de tipo.

La distribución turística

La distribución como un “conjunto de organizaciones interdependientes envueltas en el proceso de facilitar que un producto o servicio esté disponible para su uso o consumo, normalmente lejos del lugar de producción.” (Kotler y Middelton, 2004, p.86).

Comunicación turística

La comunicación es una herramienta fundamental para las empresas que anhelan estar bien posicionadas en el mercado y ante la competencia, no supone que la comunicación sea la clave del éxito de una empresa o destino turístico, pero sí que forma una parte importante de ella. (Middelton, 2004, p.90).

Promoción turística

La promoción es una actividad sumamente importante, que tienen como objetivo captar la atención de turistas Nacionales, es por ello que en esta etapa se invierte la mayor parte del presupuesto.

Gestión del diseño gráfico

Se refiere al proceso de planear, organizar, coordinar los recursos y actividades empleadas de acuerdo a las áreas que forman parte del proceso para cumplir con un fin específico sujeto a tiempo, presupuesto y alcance. Es por eso que el proceso de gestión en el diseño gráfico es fundamental, ya que todo el desarrollo de cualquier proyecto requiere estrategias y tácticas.

El significado del diseño es no solo entender el papel que desempeña la forma y el contenido, sino que descubrir que el diseño es también un comentario, una opinión, un punto de vista y una responsabilidad social. Diseñar es mucho más que simplemente ensamblar, ordenar e incluso editar: es añadir un significado, iluminar, simplificar, aclarar, modificar, teatralizar, persuadir y quizá incluso entender. Diseño es un sustantivo y una forma verbal. Es un principio y el fin. (Timothy, 2009, p. 06)

El diseño engloba una gran cantidad de parámetros, que su actividad principal es velar por su imagen corporativa, mediante distintos métodos con la finalidad de sobrellevar a la empresa de todas y cada una de sus competencias. El desarrollo de la gestión del diseño debe permitir a las partes implicadas conocer mejor de los problemas a los que se enfrentan los proyectos de diseño, así como las situaciones corporativas en las que se debe resolver dicho problema (Topalian, 2003, p. 2).

La gestión del diseño como “el despliegue efectivo, por parte de los responsables de una gama de productos, recursos de diseño de los que dispone la empresa con la finalidad de cumplir los objetivos corporativos” (Gorb, 1990, p. 36).

Importancia de gestión del diseño

El diseño es una herramienta oculta que contiene tácticas, estrategias, propósitos y sobre todo nuevas ideologías, dentro de las empresas, las cuales tienen la finalidad de ser expuestas ante un público, en si la gestión del diseño cubre un sin número de disciplinas dentro del ámbito laboral que poseen distintos métodos para promocionar o dar a conocer una identidad corporativa de un determinado lugar ((Best, 1999, p. 6).

Gestión de la estrategia del diseño

Este proceso consiste en analizar cada una de las estrategias que van hacer utilizadas durante todo el proceso de elaboración del diseño, de la misma manera es primordial tener muy claro cuáles son las necesidades ya sea de una empresa o un cliente.

Como identificar las oportunidades del diseño

Las oportunidades del diseño surgen a través de una necesidad clara y concisa la cual como finalidad tiene darse solución. Siendo así los objetivos, aspiraciones, valores y estrategias que tienen una empresa las cuales sienten la necesidad de darse a conocer ante un público. Si el objetivo de la gestión del diseño es identificar y comunicar las formas en que se puede contribuir al valor estratégico de una empresa, entonces identificar las oportunidades es el primer paso para lograr este fin ((Borja, 2003, p. 28).

Métodos para identificar las oportunidades del diseño

Son procesos fundamentales para descubrir e identificar las necesidades que presentan algunas empresas.

Estas zonas se traducen en tres dimensiones empresariales la tradicional, la transicional y la transformacional. Estas dimensiones planteadas son de gran ayuda para identificar las distintas oportunidades del diseño y así descubrir los métodos que serán utilizados para su desarrollo (Flaherthy, 1999, p. 12).

Comprender al público y el mercado

El objetivo de este proceso es la satisfacción de los clientes de los productos promocionados, Tomando en cuenta las necesidades propuestas por los mismos, de esta manera dando a notar la comprensión y buena comunicación con el público.

Interpretar las necesidades de los consumidores

Las necesidades de los consumidores es comprender al consumidor ya que es la persona eficaz y primordial para desarrollar la gestión de diseño, debe existir una excelente comunicación entre la empresa a ofertarse y los clientes, tomando en cuenta que todo esto surge a través de una necesidad.

El diseño siempre comunica un mensaje visual, y es la combinación de los diferentes elementos del diseño, como el color o la forma, el mensaje debe ser correcto para el mercado objetivo y su éxito dependerá en parte de lo bien que comprenda el diseñador a su público (Swann, 1990, p. 10).

Gestión del proceso de diseño

El diseño puede tener una presencia activa en sus diferentes áreas de la empresa, en el ámbito de la estrategia corporativa, el diseño expresa la visión, los valores y las creencias de la empresa mediante su identidad corporativa.

El diseño ayuda a cumplir los objetivos cuando la empresa realiza una auditoría del diseño para compararse con sus competidores al entrar en un nuevo mercado.

Como expresar la marca a través del diseño

La marca es una herramienta netamente corporativa la cual influye de una manera muy profesional en el ámbito del diseño, mediante el diseño una empresa puede dar a conocerse en el mercado con sus valores y creencias, son proporcionadas a través del diseño.

Inicio de un proyecto de diseño

Para iniciar un proyecto de diseño es necesario tener en cuenta la importancia del diseño y sus funciones que desempeñan, diseñar es un proceso creativo que tiene la finalidad de expresar nuevos conocimientos a un público específico. Como parte fundamental para dar inicio a un proyecto se debe tener en claro el problema a resolverse, como también debe realizarse prototipos los cuales sirven para comprobar el estado físico de la propuesta que está ejecutándose en ese momento.

Identidad corporativa

Identidad es un término que tiene un sentido cultural y estratégico. Es lo que hace que cada empresa sea diferente de todas las demás, única e irrepetible, por tanto, esta es una cuestión esencialmente de gestión de la empresa, tal como lo son la administración, la organización, la producción, las relaciones con el personal. Pero la identidad es algo invisible, y mucho menos variable que todo esto, y más sustancial en las organizaciones (Costa, 2001, p. 93).

La identidad corporativa de una empresa o marca se define como un conjunto de atributos y valores que toda empresa o cualquier individuo posee: su personalidad, su razón de ser, su espíritu o alma.

La imagen que refleje la empresa a través de la personalidad, la hará identificarse de las demás, y colocarse en mayor o menor escala. La propia empresa se dará a conocer a través de sus propias normas y comportamientos, la cultura de la empresa.

Todas las empresas, aunque no comuniquen nada, emiten continuamente mensajes a su alrededor. La imagen visual es uno de los medios prioritarios, que más utilizan las empresas para transmitir y manifestar su identidad, mostrándola al público. (Business, Manual de Diseño Gráfico, 2009, p. 26).

La cultura corporativa y sus aspectos

La cultura corporativa de una empresa, es la imagen que el público tiene de ella. Una empresa, puede conseguir un buen índice de ventas en el mercado, e incrementar su volumen de ingresos, a través de su imagen corporativa, y darse a conocer por todo el mundo, si transmite una buena imagen. Se puede crear el efecto contrario, puede llegar a desaparecer si su imagen no es satisfactoria.

- **Estructura de la identidad corporativa**

La estructura de una identidad corporativa puede ser:

- **Estructura de marcas**

A través de esta estructura, se trabaja por medio de una serie de marcas, que pueden ser individuales e independientes entre sí, con la sociedad

- **Estructura monolítica**

Se utilizan un nombre y estilo visual únicos en todas sus manifestaciones.

- **Estructura de respaldo**

Esta clase de estructura consta de una serie de actividades o empresas a las que respalda con el nombre y la identidad del grupo (Business, 2009, p. 40).

Publicidad

Es considerada como una de las más poderosas herramientas de la mercadotecnia, específicamente de la promoción, que es utilizada por empresas, organizaciones no lucrativas, instituciones del estado y personas individuales, para dar a conocer un determinado mensaje

relacionado con sus productos, servicios, ideas u otros, a su grupo objetivo (Thompson, 2005, p. 6).

Publicidad Corporativa

La publicidad corporativa es una actividad de la publicidad y de las relaciones públicas que tiene como objetivo diseminar la imagen y actividad de la compañía, para crear una actitud favorable en el público y en los medios de comunicación (Semenik, 2007, p. 158).

La marca

Según la función de diferenciación de la marca sirve para: “Separarlas, o demarcarlas, de aquellas otras que le compiten, es decir ubicarla dentro de un espectro competitivo, más aún por el carácter emocional en su relación con el consumidor, las marcas poseen ahora una función de apropiación, que tiene como resultado remarcar asociaciones perceptivas que conlleva esa marca y que transfieren un prestigio determinado al usuario”. (Garnica, 1997, p.159).

La marca es la imagen alrededor de la cual se va a generar todo un sistema de asociaciones mentales relacionadas con una entidad o un producto, el logotipo está compuesto por dos elementos, la forma verbal y la forma visual. También se puede decir que una marca es la representación gráfica de un producto o servicio, es el código de identidad visual, para poder realizar una marca necesitaremos: una reseña histórica, otorgar una función gráfica, determinar sus elementos constitutivos y realizar la implementación técnica de la misma.

Una vez realizada la marca, y su correspondiente sistema deberemos tener en cuenta, sus cualidades reproductivas y su correcta normalización para asegurarnos que la misma sea una copia fiel de la marca original. Para ello crearemos un manual de normas que nos permita establecer: los códigos de color, alfabetos utilizados, primario y secundario, permitidos y prohibidos, entre otros.

El logotipo

Es la versión gráfica estable del nombre de la marca, que añade nuevos aspectos a la capacidad identificadora del nombre e incorpora atributos de la identidad institucional, como pueden ser una determinada tipografía que proporcione significados complementarios al propio nombre, no sólo al emplear alfabetos especiales creados para la marca, sino también al utilizar las familias tipográficas existentes, las cuales tienen asociado un significado adquirido a través del tiempo por el tipo de uso más frecuente que se les haya dado. Ello intensifica la función identificada del logotipo.

El símbolo gráfico

Es el signo representativo cuya sola visualización debe ser suficiente para la identificación inmediata de la entidad o producto, debe ser fácilmente memorizable y capaz de ser diferenciado rápidamente, como símbolos pueden emplearse deformaciones personalizadas del logotipo, iconos, reproducciones realistas, figuras abstractas o elementos arbitrarios sin significación explícita (López, 2014, p.11).

Distribución de titulares, texto e imágenes

(Foto Nostra 2011) Los elementos fundamentales de las revistas, periódicos y muchas otras publicaciones en papel son el texto y las imágenes. A la hora de maquetar un producto para ser impreso hay que tener en cuenta los tres elementos básicos de la publicación. Estos son los textos, las imágenes y los espacios en blanco que han de estar correctamente distribuidos así como lo mencionan los periódicos: La distribución de estos espacios y del resto de elementos que componen el documento, es una de las tareas más importantes a la hora de maquetar, antes de la era digital se utilizaba la antigua práctica de dibujar sobre papel. Es decir, se realizaban pequeños bocetos de posibles distribuciones del espacio hasta llegar a escoger la alternativa más adecuada al diseño.

- Quarkxpress: Los programas de maquetación han sustituido las viejas formas manuales de maquetar.

- Texto e imágenes: Elementos fundamentales de los que se dispone en el momento de maquetar son: los textos que pueden ser titulares, bloques de texto, subtítulos y pies de foto, las imágenes que pueden ser fotografías, ilustraciones, etc.; espacios en blanco que ayudan a ordenar y hacer legible la maquetación.
- Titulares y pie de imagen: El titular de un documento es el ingrediente más importante de una composición ya que es lo primero en lo que se fija el lector. Su labor es captar la atención del público e incitarle a que se introduzca dentro del tema y siga leyendo.
- Titulares: El titular va siempre en un tamaño mayor que el del cuerpo de texto y, de esta forma, se consigue el efecto que se persigue: captar la atención del lector de forma inmediata.
- El pie de la imagen: También llamado Pie de foto. Es el texto que se sitúa debajo de las imágenes aportando una información adicional de éstas.

Fotografía

La fotografía es considerada como una herramienta y un arte el cual consiste en congelar un momento en el tiempo, posteriormente ser impreso sobre una superficie plana y ser exhibida o mostrada hacia al público; un concepto más específico sobre esta técnica es la de: “Significa literalmente 'escritura con luz' La palabra se usa habitualmente para referirse a cualquier sistema para producir una imagen visible por la acción de la luz” (Pimsyein, 2000, p. 17).

Esta descripción sobre la fotografía es demasiado técnica y científica, haciendo referencia al proceso que se utiliza para la creación de una imagen basándose en los principios de la cámara oscura y las cámaras fotográficas actuales, una definición más filosófica es la que describe Ortiz afirmando que “Se trata de un tipo de objetos que guardan representaciones de nuestro mundo visual. Cuando miramos fotografías estamos viendo escenas que no están realmente ante nuestros ojos, pero que han quedado atrapados en ese objeto, La fotografía es ante todo una representación del mundo visual” (Ortiz, 1999, p. 119).

Por lo tanto la fotografía es más que hacer imágenes a través de una cámara presionando el disparador de manera espontánea; debe tener un mensaje y una idea, que pueda ser transmitido e interpretado por las personas que lleguen a verlo, por esto la fotografía es utilizada en muchos ámbitos laborales y artísticos, gracias a esto se ha podido capturar

acontecimientos y momentos importantes a través de la historia, que quedan guardados para poder ser revividos y admirados en el transcurso del tiempo.

Elementos de la fotografía

Composición en la fotografía

Cuando se compone una fotografía que pretenda ser algo más que una instantánea de un hecho, es decir, cuando se pretenden transmitir sensaciones o resaltar ciertos mensajes con una fotografía es preciso conocer cómo funcionan la percepción del ser humano de cara a aplicar las técnicas oportunas para transmitir lo que se observe. En cierto modo, se puede decir que la composición es como un lenguaje subliminal para transmitir sentimientos a través de las imágenes. (Robert Capa, 2013, p.120)

- La atracción de la atención hacia el centro de interés, el motivo de la imagen.
- La textura y sensaciones de tacto que puede evocar la imagen.
- La forma y el volumen de los objetos, así como la sensación de profundidad de estos en la escena.
- El contraste como elemento de atracción y resalte: contraste en el tono, el tema, los motivos.
- Colocación de los objetos dentro del encuadre
- Enfoque total o selectivo
- Perspectiva y ángulo de la toma
- Iluminación de la escena

Con esto se puede decir que para la composición no existen reglas, pero existen ciertos parámetros que ayudarán para obtener mejores resultados, recordando que cada lugar es diferente por lo que resultaría inadecuado utilizar una misma técnica para todas las localidades en las que el fotógrafo se encuentre, y manteniendo que las fotografías dependen mucho de la creatividad y sobre lo que se quiera transmitir aplicando los elementos como la atención, la textura, el volumen, el contraste, colocación de los objetos, enfoque total o selectivo, perspectiva y ángulo de la toma, e iluminación de la escena.

La composición es sencillamente el posicionamiento de los elementos dentro de la fotografía, de tal forma que la imagen se note armónica (Freeman Michael, 2012, p. 27).

Hay que tomar en cuenta lo siguiente:

Leyes

Posicionar los objetos en el centro del encuadre no siempre es la mejor idea. Para lograr una foto bien integrada puedes comenzar por aplicar las que muchos fotógrafos conocen como las Reglas de Oro de la composición.

Ley de horizonte

Consiste en dividir el encuadre con tres líneas imaginarias horizontales; no importa si el encuadre se encuentra en posición horizontal o vertical. Estas líneas ayudarán a posicionar los elementos principales en su lugar ideal dentro de la toma.

Ley de tercios

En este caso es necesario dividir el encuadre en nueve partes iguales. Traza cuatro líneas imaginarias y los cuatro puntos de intersección de las mismas serán las guías para posicionar los elementos principales dentro de tu fotografía. Cuando los objetos coinciden con los cruces, adquieren mayor fuerza o peso visual. Muchas cámaras digitales cuentan con esta función para observar las líneas en la pantalla.

Los elementos más básicos de la fotografía según Martín (2008, p. 9) son:

El punto

Esta es la forma geométrica más sencilla, y también la más abundante en la naturaleza. Sus propiedades más importantes en el ámbito de la composición fotográfica son su capacidad de atraer la atención del espectador y su utilidad a la hora de permitirnos establecer una referencia de distancia.

La línea

Transmite sensación de direccionalidad y energía, independientemente de que se trate de una recta o una curva. Las primeras aportan rigidez, y las segundas dinamismo, con frecuencia aparecen de forma natural para delimitar dos tonos diferentes.

El color

En él habita la carga emotiva de nuestras fotografías, y aporta una enorme cantidad de información. Además, podemos controlarlo con mucha precisión a través de sus tres dimensiones: matiz, brillo y saturación.

La textura

Nos permite establecer un vínculo entre la información visual que nos transmite una fotografía y las sensaciones táctiles. Podemos intuir con mucha precisión, por ejemplo, el grado de suavidad de un objeto con solo mirar su textura.

El contorno

Aparece cuando una figura u objeto queda circunscrito por una línea cerrada que lo limita frente al entorno. Las figuras elementales son el círculo, que nos transmite calidez; el cuadrado, que nos sugiere fidelidad y honestidad; y el triángulo, que evoca ritmo y tensión.

La dirección

Está estrechamente asociada a los contornos e interviene en la composición provocando en el espectador reacciones emocionales. Las líneas horizontales y verticales denotan estabilidad; las diagonales transmiten justo lo contrario, inestabilidad; y las curvas evocan continuidad y repetición.

La escala

Nos permite tomar referencias e interpretar el espacio dentro de la fotografía. La referencia más empleada de forma consciente e inconsciente, no solo en fotografía, sino también en dibujo y pintura, es la figura humana.

El movimiento

Aunque aparentemente algunas fotografías carezcan de él, nuestro cerebro puede intuirlo analizando la distribución de los puntos y las líneas que conforman la imagen. Además, es un recurso técnico muy potente que los fotógrafos podemos manipular con mucha precisión jugando, sobre todo, con la velocidad de obturación y los barridos.

9. PREGUNTAS CIENTÍFICAS

¿Con que producto editorial se difundirán los potenciales turísticos, del cantón Saquisilí?

¿Cómo el diseño editorial apoyará a la difusión turística de los atractivos del cantón Saquisilí?

10. METODOLOGÍAS Y DISEÑO EXPERIMENTAL

Métodos de investigación

Método Inductivo

Es el razonamiento que, partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales. Este método permite la formación de hipótesis, investigación de leyes científicas, y las demostraciones. La inducción puede ser completa o incompleta. (Guzmán Villena, 2016, p.131).

Permite conocer el comportamiento de la comunidad frente a un problema encontrado, se basa en la observación y experimentación de la obtención de datos e información recabada al momento de aplicar las encuestas.

Se procesará y se verificara los datos obtenidos en los cuestionarios aplicados a los habitantes del cantón Saquisilí, con el análisis y la interpretación de la información para lo cual las

encuestas deben estar correctamente formuladas, para tener los resultados requeridos de esta forma será sustentable cada una de las preguntas realizadas en el proyecto.

Método Analítico

El método analítico se da cuenta del objeto de estudio del grupo de investigación que en este trabajo se ocupa, con una rigurosa investigación documental, del método mismo que orienta su que hace. (Juan Diego Lopera, Medellín., 2010, p.132)

Mediante este método se analizó gran cantidad de información que sirvió para el desarrollo de este proyecto de investigación en especial para la construcción de la fundamentación teórica.

Tipos de investigación

Investigación Descriptiva

Mediante esta investigación se logrará conocer directamente los datos, características y actividades que se realizan en el Cantón Saquisilí

Investigación de Campo

Investigación que servirá para constatar la existencia de los atractivos turísticos del Cantón Saquisilí planificar las estrategias de publicidad.

Investigación Bibliográfica

Esta investigación permitirá recopilar datos relevantes para la promoción y difusión de los atractivos turísticos, con fundamentos teóricos de diferentes autores.

En este proyecto se llevó a cabo una investigación bibliográfica en libros, documentos, artículos científicos y repositorios para determinar las bases teóricas sobre las cuales se fundamenta esta investigación, para determinar de esta manera las bases de conocimiento sobre el tema “Diseño editorial turístico para el cantón Saquisilí en el periodo octubre 2016 - febrero 2017”

Enfoque cualitativo

Mediante este enfoque se estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas.

Enfoque cuantitativo

El enfoque cuantitativo usa la recolección de datos para probar hipótesis con base en la mediación numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento.

Técnicas de investigación

Entrevista

Técnica orientada a obtener información de forma interrogativa sobre el tema investigado, mediante formulación de preguntas, la misma que se aplicó al Alcalde Juan Alomoto y a los funcionarios del GAD del Cantón Saquisilí.

Encuesta

Con esta técnica se recopiló datos de valor a través de un cuestionario escrito que se aplicó a los habitantes del Cantón como también a los turistas que visitan el sector, con el fin de obtener determinada información necesaria para el desarrollo del proyecto

11. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA

Población

El cantón Saquisilí según el último censo dispone de una población de:

$$n = \frac{PQ \times N}{(N - 1) \left(\frac{E}{K}\right)^2 + PQ}$$

Equivalencias:

n = Tamaño de la muestra.

PQ = Constante de muestreo = 0,25.

N = Población.

E = Error que se admite (varía del 1% al 10%).

K = Constante de corrección.

MUESTRA DE PERSONAS.

Datos:

n = ¿?

PQ = 0,25.

N = 25.320

E = 10% = 0.1

K = 2

Fórmula

$$n = \frac{PQ \times N}{(N - 1) \left(\frac{E}{K}\right)^2 + PQ}$$

$$n = \frac{0.25 \times 25320}{(25320 - 1) \left(\frac{0.1}{2}\right)^2 + 0.25}$$

$$n = \frac{6330}{(25319)(0.0025) + 0.25}$$

$$n = \frac{6330}{(63.2975) + 0.25}$$

$$n = \frac{6330}{63.5475}$$

$$n = 99.61$$

$$n = 100 \text{ Encuestas}$$

Encuestas realizadas a los habitantes del Cantón Saquisilí

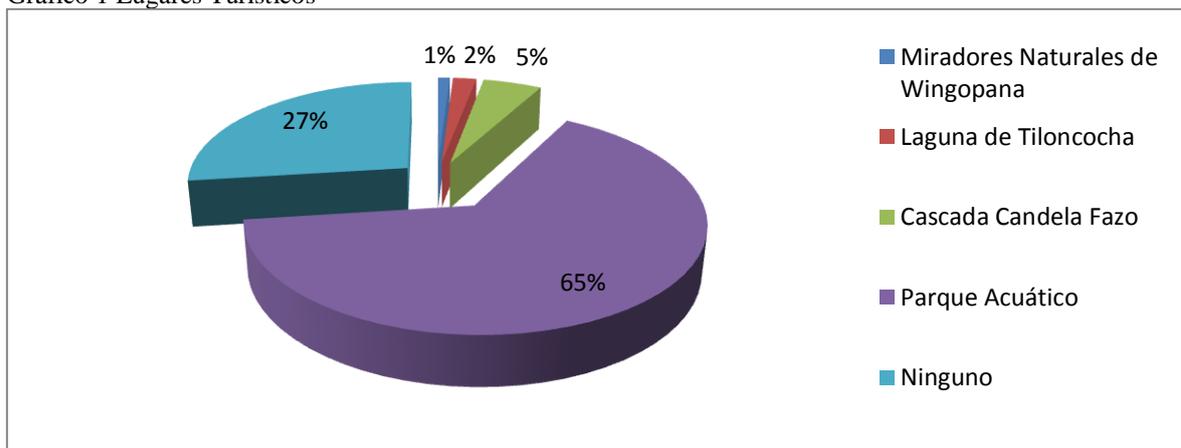
Pregunta 1.- ¿Marque los lugares turísticos del Cantón Saquisilí que conoce usted?

Tabla 4 lugares Turísticos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Miradores Naturales de Wingopana	1	1%
Laguna de Tiloncocha	2	2%
Cascada Candela Fazo	5	5%
Parque Acuático	65	65%
Ninguno	27	27%
TOTAL	100	100%

Elaborado por: Pruna Álvaro, Monge Henry

Gráfico 1 Lugares Turísticos



Elaborado por: Pruna Álvaro, Monge Henry

Análisis:

En una relación del 100%, se establece que el lugar más conocido del Cantón Saquisilí es el Parque Acuático; lleva el 65%, el 27% pertenece a “ninguno”, tercero lugar con un porcentaje de 5% es la Cascada Candela Fazo, cuarto lugar con un 2% es Laguna de Tiloncocha y seguido con el quinto lugar el 1% son los Miradores Naturales de Wingopana.

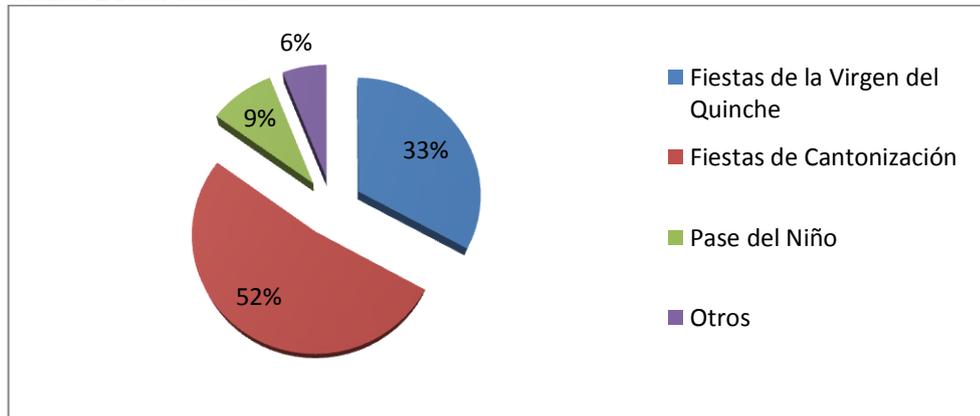
Pregunta 2.- ¿Qué festividades del Cantón conoce usted?

Tabla 5 Festividades

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Fiestas de la Virgen del Quinche	33	33%
Fiestas de Cantonización	52	52%
Pase del Niño	9	9%
Otros	6	6%
TOTAL	100	100%

Elaborado por: Pruna Álvaro, Monge Henry

Gráfico 2 Festividades



Elaborado por: Pruna Álvaro, Monge Henry

Análisis:

En una relación del 100%, se establece que las festividades más conocido del Cantón Saquisilí lleva el 52%, segundo lugar es de 33%, tercero lugar 9%, y seguido con el cuarto lugar el 6%, las festividades como fuente estratégica, la cultura, artesanías, gastronomía, y turismo, se ha considerado pertinente la elaboración de un diseño editorial con el objetivo de dar mayor magnitud a las festividades del Cantón Saquisilí, y obtener beneficios para el mismo y sus habitantes.

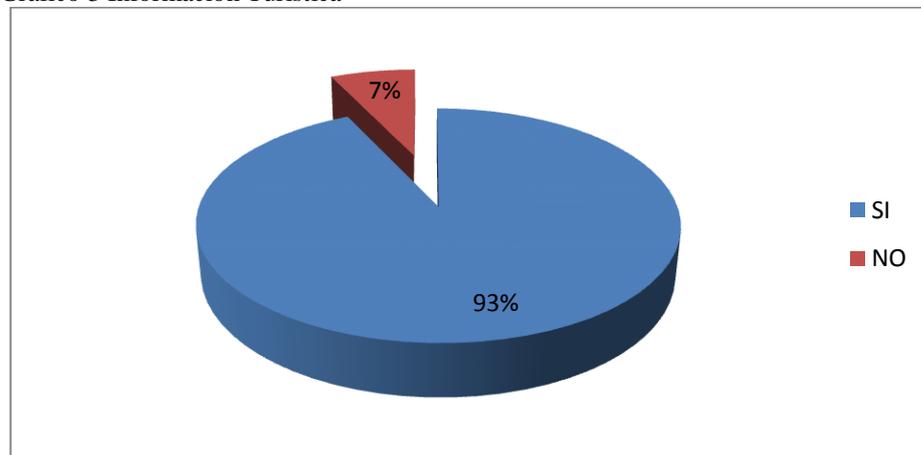
Pregunta 3.- ¿Ha leído usted algún medio impreso que le permita tener una adecuada información turística del Cantón Saquisilí?

Tabla 6 Información Turística

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	7	7%
NO	93	93%
TOTAL	100	100%

Elaborado por: (Monge Henry & Pruna Álvaro)

Gráfico 3 Información Turística



Elaborado por: Pruna Álvaro, Monge Henry

Análisis:

Un 93% de las personas encuestadas responde que no ha recibido, de parte de las operadoras turísticas o el Municipio de Saquisilí, ningún medio impreso que le permita tener una adecuada información turística; en cambio un 7% contesta que si lo ha recibido. De ello se establece que siete de cada diez personas desconoce de la existencia documental o impresa que difunda o promueva el turismo en el Cantón Saquisilí

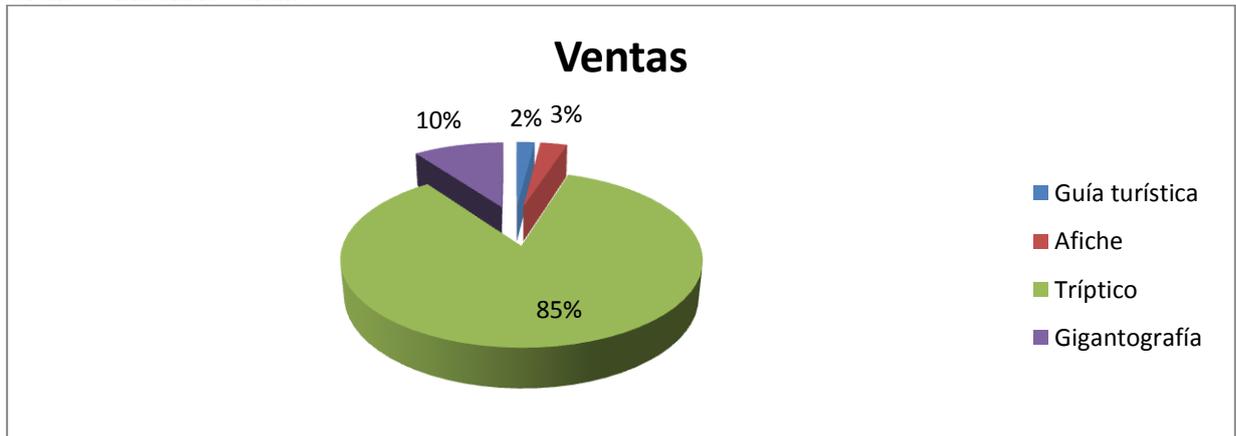
Pregunta 4.- ¿Cuál de estos materiales gráficos cree usted que sería factible para promocionar al Cantón Saquisilí?

Tabla 7 Materiales Gráficos

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Guía turística	73	73%
Afiche	7	7%
Tríptico	8	8%
Gigantografía	12	12%
Total	100	100%

Elaborado por: (Monge Henry & Pruna Álvaro)

Gráfico 4 Materiales Gráficos



Elaborado por: (Monge Henry & Pruna Álvaro)

Análisis:

La guía Turística obtiene 73% de votos, el 12% piensa que la gigantografía es la más acertada, el 8% de habitantes da su voto al Tríptico, y por último el 7% dan su voto al Afiche. Por consiguiente, se garantiza la eficacia de la creación de una guía turística por la mayor acogida de la población.

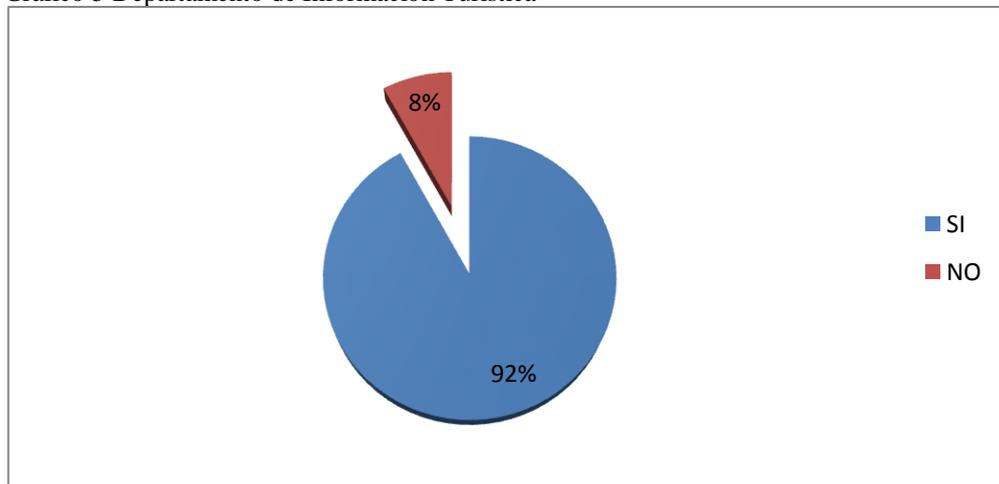
Pregunta 5.- ¿Considera usted que se debe crear un departamento exclusivo de información turística en el GAD municipal del cantón Saquisilí?

Tabla 8 Departamento de Información Turística

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	92	92%
No	8	8%
Total	100	100%

Elaborado por: (Monge Henry & Pruna Álvaro)

Gráfico 5 Departamento de Información Turística



Elaborado por: Pruna Álvaro, Monge Henry

Análisis:

El 92% de los habitantes y extranjeros nacionales e internacionales, manifiestan que si se debería crear un departamento exclusivo de información turística en el GAD municipal del cantón Saquisilí, mientras tanto que el 8% piensa que no será necesario. Entonces se establece que la mayoría de encuestados necesitan información apropiada en el ámbito turístico, por lo tanto se debería implementar un departamento de turismo, donde se pueda facilitar materiales que permitan a los visitantes informarse acerca de los lugares atractivos del Cantón Saquisilí.

Resultados generales de la investigación

Lo que aportara para el desarrollo del producto

Tabla 9 Resultados generales de las entrevistas

APELLIDOS Y NOMBRES	INSTITUCIÓN	CARGO	FECHA
Juan Alomoto Totasig	GAD Saquisilí	Alcalde	05/03/2015
William Pallo	GAD Saquisilí	Asistente Relaciones Publicas	05/03/2015

Elaborado por: Pruna Álvaro, Monge Henry

Los principales aportes

Juan Alomoto Totasig alcalde del cantón Saquisilí autorizó al asistente de relaciones públicas y encargado del departamento de cultura y tradición brindarnos información para la realización del proyecto.

Antecedentes del cantón Saquisilí

Gad Saquisilí (2015) menciona sobre la historia mismo en donde: “Saquisilí es un icono representativo de cientos de historias, su gente trabajadora y sencilla hacen de este cantón un destino ideal.” En 1510, se crea la Parroquia Eclesiástica de Saquisilí, bajo la doctrina de San Juan Bautista, y el cuidado pastoral de la Congregación de San Francisco de Asís. Entre 1570 y 1575 se fundan pueblos en Tungurahua, Chimborazo y Cotopaxi.

Organizando en forma mini-urbana a Pujilí y Saquisilí, luego de convencer a los habitantes de vivir en una vida común trazan plazas y calles, fijando áreas para la Iglesia. Debiendo indicar que estos pueblos existían siendo los más antiguos en la época incaica, pero que vivían en sus chozas alejados. El 23 de Noviembre de 1820, Los indígenas de los alrededores de Saquisilí, se alzaron en contra de un grupo de soldados del Rey, porque les quitaban sus pertenencias.

El 25 de junio 1824, Latacunga es parte de la Provincia de Pichincha, consecuentemente Saquisilí también. El 22 de septiembre de 1852 se crea el Cantón Pujilí, y anexado como parroquia a Saquisilí. El 09 de noviembre de 1855, se suprime como cantón al cantón Pujilí y

Saquisilí se adhiere a Latacunga. El 29 de mayo de 1861, La provincia de León consta de los Cantones, Latacunga y Pujilí, siendo Saquisilí parte de Pujilí.

El 17 de abril de 1884, La provincia de León consta de los Cantones, Latacunga y Pujilí, siendo Saquisilí parte de Latacunga. 1918, se pide la cantonización de Saquisilí, adhiriéndose como parroquias, Guaytacama, Toacaso, Tanicuchi, Sigchos y Pastocalle, esta petición fue negada. 1943, solicitud pidiendo cantonización y cambio de nombre de Saquisilí, por Carlos Alberto Arroyo del Río, adhiriéndose Toacaso como parroquia. El 18 de octubre de 1943, decreto de cantonización, publicado en el Registro Oficial N° 940, manteniéndose el histórico nombre de Saquisilí. Luego de la cantonización en el año de 1944, Canchagua y Chantilín pasan a ser parroquias rurales de Saquisilí y Cochapamba en el año de 1989.

Lugares turísticos

“Saquisilí tiene un potencial turístico manifestado en la feria que se realiza en sus siete plazas, elementos naturales y expresiones culturales con capacidad para despertar el interés del turista, muestra de ello lo constituye los Miradores Naturales del Wingopana, El Danzante de Saquisilí, Festividades en Honor a la Virgen del Quinche, Laguna de Tiloncocha, Cascada Candela Fazo, Iglesia Central y Parque la Concordia, Parque Ecológico y sus 7 Plazas las cuales son: Plaza Juan Montalvo, Plaza Gran Colombia, Plaza 18 de Octubre, Plaza de Rastro, Plaza Vicente Rocafuerte, Plaza Kennedy, Plaza San Juan Bautista”.

Lugares turísticos naturales

Gad Saquisilí (2015) hace referencia los lugares turísticos más emblemáticos del Cantón:

Miradores Naturales del Wingopana

Ubicación: Comunidad de Yanahurco, Parroquia Saquisilí

El Wingopana ubicado en la Comunidad de Yanahurco, es una formación natural rocosa de fácil acceso, que ofrece un paisaje andino impresionante. Aproximadamente a una hora de distancia en vehículo desde la cabecera provincial. Se dice también que este es un sitio donde se realizan rituales y ceremonias por parte de yachags (curanderos de la zona), por la energía que emana este sitio, y los espíritus ancestrales que habitan en él. Actividades Turísticas:

Caminatas, cabalgatas a sus alrededores, bicicleta de alta montaña, toma de fotografías, camping observación de flora y fauna.

Laguna de Tiloncocha

Ubicación: 37 km de la zona urbana de Saquisilí, parroquia Cochabamba

En la Parroquia de Cochabamba, entre las Comunidades de Llamahuasi y Chanchungaloma, formación de origen natural que es la principal fuente de abastecimiento en la zona, cuenta con una diversa fauna y flora propia de los parajes andinos. Los Habitantes mantienen esta zona como una pequeña reserva. Para llegar a este hermoso sitio se requiere una hora y treinta minutos de viaje en vehículo y una pequeña caminata de 15 a 20 minutos.

Este paraje escondido de Saquisilí, le invita a conocerlo y apreciar las bondades naturales de la zona. Se dice que las formaciones vegetales del interior de la laguna "caminan" con el pasar de los días, debido a la fuerza de los ancestros que pasaron por allí.

Cascada Candela Fazo

Ubicación: Comunidad de Jatunera, Parroquia Cochabamba

Ubicada en la Comunidad Jatun Era, a una hora de recorrido en vehículo y una caminata a campo traviesa de 30 minutos aproximadamente le ofrece esta formación natural de mágica belleza una caída de agua de 300 metros aproximadamente internamente en el cañón de la Cascada atraviesa el río Pucayacu y Pumacunchi la vegetación tiene pajonales puma maquis, achupallas en grandes cantidades y un sinnúmero de plantas nativas que habitan en estos pisos climáticos. Actividades Turísticas: Turismo Comunitario, Senderismo y caminata, observación de aves y toma de fotografía, cabalgatas, agroturismo.

Plaza Gran Colombia

También conocida como plaza de las papas está ubicada a 100 metros al este del parque central se comercializan legumbres, hortalizas, papas, abarotes, y otros al por mayor y menor.

Rosa Tocto es una de las comerciantes y dice que ellas cultivan todo lo que la Pachamama bondadosamente les da. Es oriunda de Yanahurco y vende variedad de legumbres.

Plaza de Rastro

O plaza de animales, está ubicada al norte de la ciudad y cuyos animales son adquiridos para el faenamiento, crianza o reventa. Aquí se comercializan bovinos, equinos, porcinos, lanar, etc.

Plaza Kennedy

Ubicada a 200 metros al oeste del parque central se caracteriza por la venta al por mayor y menor de granos secos (cereales: quinua, morocho, cebada, chocho, mote, lenteja, etc.). También se venden legumbres, vegetales, hortalizas, artesanías elaboradas en barro y arcilla. Y para alimentarse comida típica preparada.

Plazoleta Juan Montalvo y Mini mercado

Ubicada a 100 metros al sur oeste del parque central, se caracteriza por la comercialización de tres productos específicos por el tamaño reducido de la misma, tenemos la venta de confites al por mayor y menor, calzado y en el mini mercado comida típica preparada. Aquí también podemos observar la presencia de cocedores que al instante cosen cualquier prenda de vestir.

Plaza 18 de Octubre

Ubicada al Norte de la ciudad a 200 metros del parque central. Aquí se expenden artesanías de Otavalo, Cotacachi, Tigua y otras comunidades del Cantón y fuera de él. Como tejidos, alfombras, gorras, etc. Encontrará víveres, alimentos, cestos de carrizo, frutas al por mayor y menor, mariscos, cocedores artesanales y lo que pueda imaginar.

Plaza San Juan Bautista

Visitada por turistas nacionales y en especial extranjeros es la Plaza textil, pues toda la historia y el folclor de los indígenas se representan en sus vistosas artesanías. Llegan artesanos de Otavalo y Cotacachi, las pinturas de Tigua (Pujilí) también atraen a los visitantes por la belleza de sus paisajes.

Ubicada a pocos pasos al este del parque central aquí encontrará productos como calzado, prendas de vestir de distintos colores, culturas y medidas, para damas, niños y caballeros.

Plaza Vicente Rocafuerte:

Es la más lejana de estas ferias, se encuentran todo tipo de aves de corral, cuyes, conejos, y animales domésticos. También encontrará muebles, materiales de ferretería y construcción (puertas, ventanas y cubre ventanas) y pescado al por mayor y menor. Se encuentra ubicada a aproximadamente a 400 metros al noroeste del parque central. La conocen como la ‘Plaza de gallinas’.

Días de Feria

- **Domingos:** Es una feria de mediana magnitud que está en crecimiento en la Plaza Kennedy y Mini Mercado Juan Montalvo. Se expenden productos como: comida preparada, ropa, hortalizas, legumbres, papas, hierba y otros productos de primera necesidad.
- **Miércoles:** La feria se desarrolla en la Plaza Gran Colombia: O conocida popularmente como la Plaza de papas; su característica de comercialización son los tubérculos de papa; ropa, hortalizas y vegetales al por mayor, y varios productos más. En la Plaza de Animales (sector Carlosama) se comercializan animales menores: porcinos, ovejas y cabras; animales mayores: bovinos, porcinos, equinos, de carga, etc.; y hierba.
- **Jueves:** Esta feria es nivel general, tal vez nuestro cantón es uno de los pocos en el país en el que se comercializa en ocho espacios feriales diferentes en un solo día y ofreciendo al consumidor gran variedad de productos.

El alegre pueblo de Saquisilí le brindará una variedad exquisita de artesanías y vivencias en sus mercados que toman vida en ocho coloridas plazas, cada una de las cuales provee diferente mercadería e interesantes objetos de las comunidades indígenas de la región.

“GAD Municipal del Catón Saquisilí 2011.” (saquisili, 2014)

Tema de la propuesta

GUÍA TURÍSTICA PARA DIFUNDIR LOS ATRACTIVOS DEL CANTÓN SAQUISILÍ

Introducción

El Turismo es una actividad multisectorial que requiere la concurrencia de diversas áreas productivas, agricultura, construcción culturales, y de los sectores públicos y privados para proporcionar los bienes y servicios utilizados por los turistas. El desarrollo económico comprende intereses mayores de calidad de vida, consecución educacional, estado nutricional, acceso a libertades y bienestar espiritual de los ciudadanos de una determinada ciudad o país. Entonces la difusión con la ayuda de una guía turística, es una herramienta para frenar la pobreza, un ladrillo en la construcción del desarrollo y un complemento esencial en el mejoramiento de vida en todos los puntos del Cantón.

El alegre cantón de Saquisilí es biodiverso a nivel nacional, ubicada en el noroeste de Latacunga, tranquila y acogedora, rodeada de tierras fértiles lugar estratégico para apreciar nevados y volcanes como: Cotopaxi, Ilinizas, se encuentra varios atractivos naturales, paisajísticos y culturales.

Es relevante destacar que esta propuesta de guía, denominada “Saqui Tours”, tiene como objetivo aportar en la difusión de sus atractivos turísticos, que tienen prestigio y renombre a nivel nacional. Así mismo se pretende entregar al GAD municipal de Saquisilí una herramienta de trabajo para la promoción turística del Cantón Saquisilí.

Objetivos Específicos

Diseñar una Guía Turística del Cantón Saquisilí empleando el diseño editorial para caracterizar y detallar los lugares turísticos a ser promocionados.

Actividades

- Diseñar la marca
- Determinar el contenido
 - a) Texto
 - b) Fotografías

- c) Mapas
- d) Simbología turística
 - Diagramar la guía
 - Presupuesto del proyecto

Descripción de la propuesta

Diseño Editorial para impulsar el área turística del Cantón Saquisilí

Presentación

La Guía Turística es un aporte para promover, el desarrollo del turismo la cual sirve para
Mediante este proyecto se propone promocionar y fomentar el turismo del Cantón con la intención que los turistas gocen de los atractivos naturales y donde podrán encontrar gran variedad de productos cultivados de su tierra además se pueden llevar recuerdos de los artesanos del lugar.

Descripción técnica de la marca de la guía turística del cantón Saquisilí

Finalidad. El uso de la presente metodología facilita el conocimiento de la organización y aplicación paso a paso de los lineamientos y proceso para diseñar el manual de la guía.

Con esto no se pretende anular la creatividad y formas de expresión, si no establecer un buen manejo de la identidad visual y el posicionamiento generando un marco estético. Es un instrumento de apoyo en el cumplimiento de los objetivos de difusión de la guía turística. Esto se realizará lo establecido.

Los signos de identidad

La función de un logotipo radica en su capacidad para comunicar el mensaje, para lograrlo se requiere el uso de colores y formas que contribuirán a su interpretación. Por lo cual, un logotipo se convierte en una estructura gráfica organizada con criterio semiótico (teoría de los signos) que busca transmitir un significado.

El bocetaje de diagramación

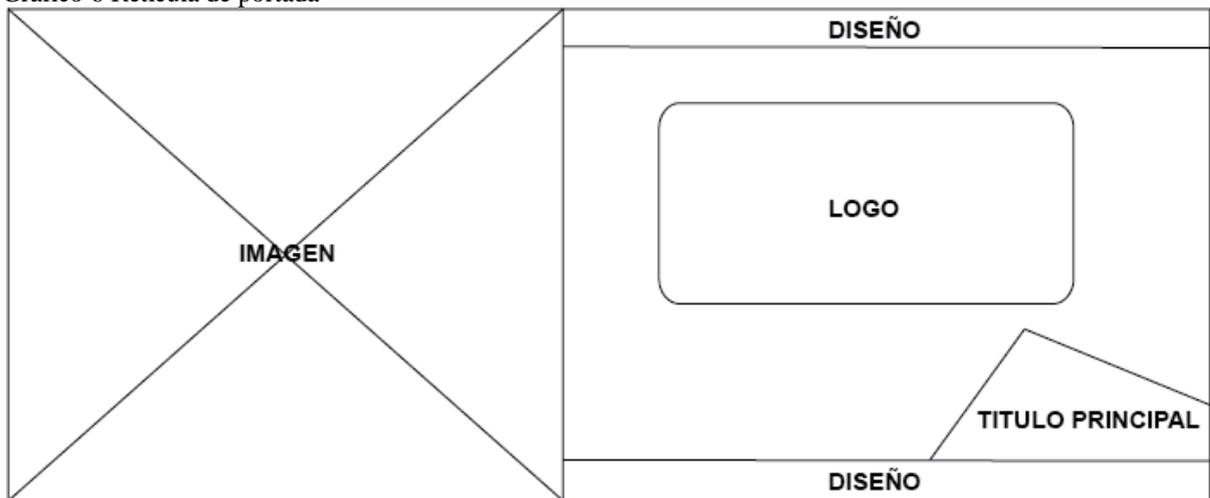
El trabajo de bocetaje de diagramación es esencial para conseguir un método ordenado en la creación de la guía turística. A través de los gráficos se toma contacto con el modelo que se desea presentar o crear.

Selección de las retículas y márgenes

La retícula se seleccionó después de un proceso de bocetaje, que ayudo a la elección de las siguientes retículas:

Selección de la retícula de portada

Gráfico 6 Retícula de portada

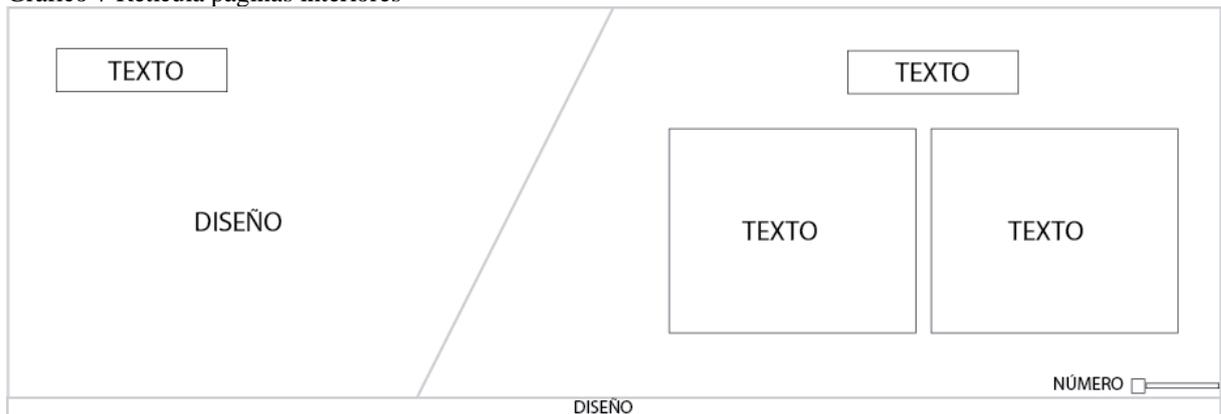


Elaborado por: Pruna Álvaro, Monge Henry

- **Retícula de páginas internas:** La retícula seleccionada fue a través de un proceso de bocetaje, que ayudó a la elección del tipo de grilla, por la complejidad del material utilizado en la guía turística que comprende entre texto e imágenes de una manera fácil de visualización de las imágenes.

Selección de la retícula páginas interiores

Gráfico 7 Retícula páginas interiores



Elaborado por: Pruna Álvaro, Monge Henry

Diagramación de la Guía Turística

La diagramación es organizar o distribuir un espacio con elementos gráficos, o texto por parte del diseñador, su función es de dar orden a la página para que esta tenga uniformidad y funcionalidad.

Existen varios programas que facilitan este proceso, para que el diseño de la guía turística sea interesante o funcional y agradable a la vista de los espectadores, en la diagramación se utiliza varios elementos. Las páginas de cada uno de los sitios turísticos tiene colores representativos

de la cultura del cantón, la distribución de las imágenes evita que este sea monótono y canse a la vista del lector proporcionando un diseño capaz de atraer el interés del grupo objetivo.

El logotipo

Está definido por el logo y el slogan; en el cual se está representando con los colores culturales del cantón y los atractivos naturales. Consta de dos palabras, las mismas que son: “Saquitour y Un paraíso escondido” que se encuentra en la parte interior.

Gráfico 8 Logotipo



Elaborado por: Pruna Álvaro, Monge Henry

Gráfico 9 Logotipo blanco y negro

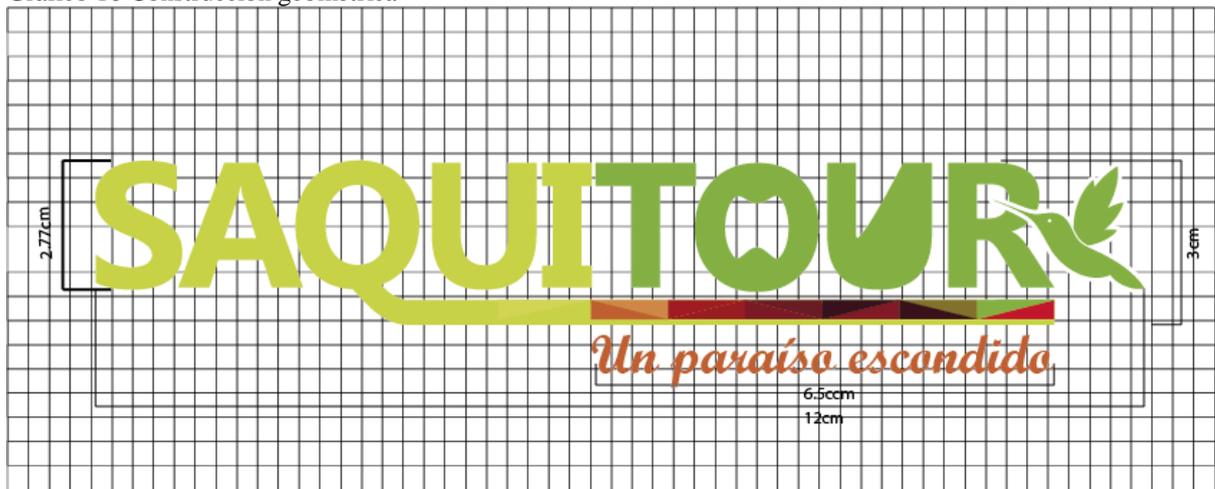


Elaborado por: Pruna Álvaro, Monge Henry

Construcción geométrica

Para facilitar la comprensión de la construcción del logotipo y proporcionar una herramienta que facilite su manejo y reproducción, se construye una cuadrícula proporcional.

Gráfico 10 Construcción geométrica



Elaborado por: Pruna Álvaro, Monge Henry

Área de protección del logotipo

El espacio adecuado y reglamentario fuera del logotipo es de 0.5 mm, este espacio no puede ser invadido por ningún elemento, con el objetivo de obtener una mejor visualización de la identidad.

Gráfico 11 área de protección



Elaborado por: Pruna Álvaro, Monge Henry

Justificación del color

Una vez aplicada la normativa de acotación de los elementos gráficos de nuestra identidad, se continúa con la descripción de los elementos del logotipo presentado en la guía, en concreto se hace referencia al color corporativo. Por lo tanto, la elección de éstos será uno de los elementos más determinantes, siendo responsables de establecer la identidad básica que tendrá posteriormente la marca.

El color, en general comprende procesos emotivos y la asociación con el entorno:

- **Verde:** Representa toda la flora que posee el entorno que lo rodea
- **Verde lima:** Inspira, Juventud, aspereza, frescura y alegría.
- **Gama de colores** representativos a la pluriculturalidad que posee el cantón

Gráfico 12 Gama de Colores



R: 196 C: 31%
G: 211 M: 0%
B: 43 Y: 91%
K: 0%



R: 99 C: 65%
G: 179 M: 0%
B: 57 Y: 95%
K: 0%



R: 217 C: 10%
G: 78 M: 80%
B: 41 Y: 89%
K: 0%

Elaborado por: Pruna Álvaro, Monge Henry

Usos permitidos del logotipo

Gráfico 13 Usos permitidos del logotipo



Elaborado por: Pruna Álvaro, Monge Henry

Normalización de tamaño

Gráfico 14 Normalización de tamaño



Elaborado por: Pruna Álvaro, Monge Henry

Tipografía de la propuesta

La tipografía es parte complementaria para desarrollar la propuesta. En la creación de la identidad del cantón Saquisilí se utilizó la tipografía como fuente principal y khmer UI como secundaria Arial Blod y Script MT Bold

PRIMARIA

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

123456789 !"#%&/()=?;`

SECUNDARIA

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

123456789 !"#%&/()=?;`

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

123456789 !"#%&/()=?;`

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DE LA MAQUETACIÓN DE LA GUÍA TURÍSTICA DEL CANTÓN SAQUISILÍ

El texto recopilado como información de cada una de las plazas son fuentes bibliográficas facilitadas por el Ilustre Municipio de Saquisilí e investigación por los autores.

Recopilación de imágenes de los lugares turísticos del Cantón Saquisilí

Para obtener las imágenes de los lugares turísticos del cantón se utilizó una cámara digital, con la cual se tomó fotografías de acuerdo a la importancia y recomendación de la población del sector. Las imágenes más importantes integran las portadas. Han sido trabajadas para tener una mejor calidad en la imagen.

Procesamiento de imágenes

Se ha trabajado con herramientas de diseño, se trata esencialmente de aplicaciones informáticas en forma de un taller de pintura que se trabaja sobre una mesa destinado a la edición, retoque y pintura a base de imágenes o gráficos rasterizados.

Justificación del color

Para la utilización de los colores correctos en nuestra guía nos apoyamos en los colores expresivos del color, utilizando como referencia el color connotativo ya que todos los colores influyen en nuestros sentimientos, estados de ánimo y comportamiento.

Tomamos en cuenta todos los aspectos que sobresalen de cada una de las plazas y lugares turísticos aspectos que están considerados en la justificación de los colores de cada sitio turístico.

Color Azul: porque es un color que nos hace sentir relajados y tranquilos, nos lleva a la necesidad estudiar y aprender cosas y es lo que necesitamos para poder ubicarnos hacia los puntos de encuentro.

Color Amarillo: Es un color que aporta la felicidad e intuición, es un color brillante, alegre que simboliza la parte intelectual y la expresión de nuestros pensamientos.

Color Verde: Es un color relajante y refrescante que induce a quien lo contempla sensaciones de serenidad y armonía. Está íntimamente relacionado con lo natural, simbolizando también la vida, la fertilidad y la buena salud.

Color Azul Celeste: es un color que expresa meditación, relajación es un calmante de emociones simboliza la fortaleza, rectitud, equidad y honradez.

Justificación de la iconografía

El diseño gráfico y la publicidad necesitan el conocimiento iconográfico para obtener mensajes efectivos que impulsen el consumo. Es una imagen gráfica de tamaño reducido que pretende simplificar la información destinada al usuario, posee un diseño intuitivo muy útil.

Estilo de los iconos

Hay muchos tipos de iconos y técnicas para realizarlos, los iconos de la propuesta son totalmente planos se ha trabajado para darles un efecto 3d, llamando mucho la atención por su fácil legibilidad de localizarlos en los mapas de la guía turística.

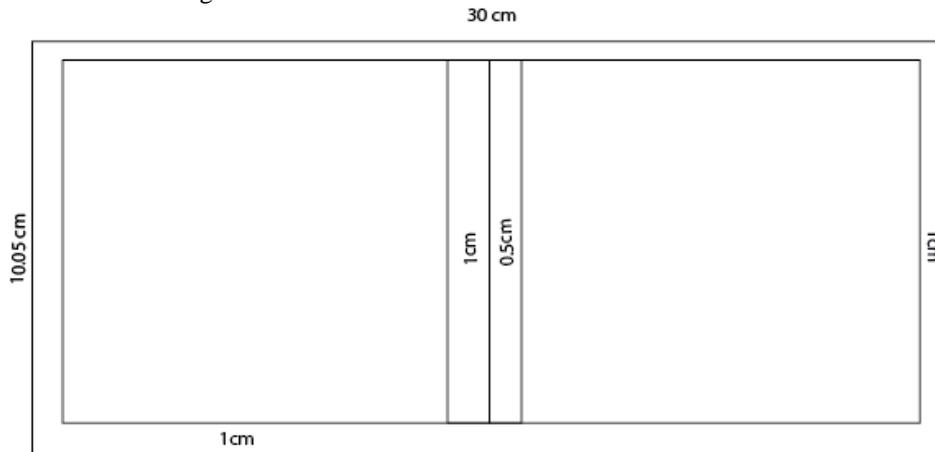
Gráfico 15 Iconos de la guía



ELABORADO POR: Álvaro Pruna, Henry Monge

Los márgenes se han definido con espacios iguales para el margen superior e inferior 1cm y para los márgenes externos e internos 1cm, esto se establece por los diferentes procesos de cierre y corte que la guía turística deberá pasar antes de estar terminada.

Gráfico 16 Márgenes



Elaborado por: Pruna Álvaro, Monge Henry

PORTADA Y CONTRAPORTADA

Gráfico 17 portada y contraportada



ELABORADA POR: Álvaro Pruna, Henry Monge

MAPAS DE UBICACIÓN

Gráfico 18 mapas de ubicación



Elaborado por: Pruna Álvaro, Monge Henry

PÁGINA INTERNA CONTENIDO

Gráfico 18 página interna contenido



Presentación

Esta guía impresa contiene información útil que servirá de gran ayuda a los visitantes del cantón Saquisilí que podrán visitar desde sus plazas hasta los más importantes atractivos naturales; en las plazas podrán degustar la variedad de productos que ofrecen sus comerciantes y descubrir sus expresiones culturales, paisajes, costumbres y tradiciones.

Al ser estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi y mantener nuestro compromiso de la vinculación con el pueblo queremos impulsar el desarrollo turístico y comercial del cantón Saquisilí a través de su potencial turístico.

9



SAQUISILÍ
Información
General

Saquisilí

El nombre Saquisilí quiere decir "Deje Aquí", su población está ubicada a 11 km al norte de Latacunga, su potencial económico es la agricultura y la ganadería. Además su cultura se ve reflejada en la danza e importantes ferias que se llevan a cabo los jueves donde se dan cita comerciantes dedicados a la agricultura y a la artesanía.

En Saquisilí usted podrá conocer una gran variedad de artesanías, en este cantón podrá visitar sus mercados que toman vida en siete plazas coloridas donde se puede expendir interesantes artesanías manufacturadas por indígenas de la región.

Saquisilí cautiva a sus visitantes por sus colores, costumbres y hermosos paisajes.

13

PÁGINA INTERNA DE LA SÍNTESIS HISTÓRICA

Gráfico 19 página interna de la división política



SÍMBOLOS

HIMNO AL CANTÓN SAQUISILÍ

LETRA: Prof. Neris Bustillos Armas
 MUSICA: Sr. Guillermo Chile CORO
 Salve, oh bello jirón de la Patria! de los Andes la flor de esperanza, del comercio esplendor y pujanza, de tus hijos la madre ideal. De las tierras del gran Cotopaxi, do los cóndores tienen su nido, eres tea, eres astro surgido, de la gloria y esfuerzo viril sois orgullo de quienes nacimos en tu seno ¡oh Saquisilí! Cuna hermosa de gran porvenir, Patria Chica, Grandiosa, Inmorta
 Tus caciques del tiempo antaño te legaron derechos y honor; con justicia y ardiente valor, mantenerlos por

siempre juramos, como al punto hacia el Sur y Oriente; volaremos para ahí defenderte, ¡Oh Ecuador, Patria amada y bendita! de la envidia y la ciega ambición. Pumacunchi tu aorta en los campos distribuye la vida y verdoren campiñas y prados lejanos de tu lecho ¡Oh noble cantor! que pregonas a todos los pueblos la grandeza de Saquisilí, de sus hombres, sus hechos y hazañas del ayer.



17



GEOGRAFÍA

DIVISIÓN POLÍTICA

En la actualidad (2017) el cantón cuenta con cuatro parroquias; tres rurales y una urbana que son las siguientes:

Cabecera Cantonal: Saquisilí
 Parroquias Rurales: Cochapamba (parroquia), Canchagua, Chantilín

LÍMITES

Norte: Latacunga
 Sur: Pujilí
 Este: Latacunga
 Oeste: Sigchos y Pujilí.

POBLACIÓN

20.815 habitantes, de los cuales 9.792 son hombres y 11.023 mujeres, están 5.234 en el sector urbano y 15.581 en el rural. La población del cantón Saquisilí, según el censo del 2001, representa el 6,0% del total de la provincia de Cotopaxi; ha crecido en el último período intercensal 1990-2001, en un ritmo de un 2,7% promedio anual. El 74,9% de su población reside en el área rural.

21

Gráfico 20 página interna de la síntesis histórica



ACTIVIDADES PRODUCTIVAS

Clima - Altitud

Este cantón es definido por su clima, sus suelos son fértiles y aprovechados para la siembra y cosecha de: papa, melloco, cebolla, habas, alverja y chochos además cereales como la cebada, trigo, avena, maíz y quinua.

El clima en Saquisilí es por lo general frío, la temperatura varía entre los 8 y 23 C.

El Cantón se encuentra a un promedio de 2.870 MSNM.

Sus principales actividades son el cuidado y crianza de llamas y borregos, animales que también son un atractivo turístico en el lugar.

25



SÍNTESIS HISTÓRICA

Para Salvador Fabara Toscano, historiador "Saquisilí" proviene del quichua "saqui" que significa deje y "sili" aquí, es decir "Deje Aquí", el historiador resalta el importante papel que tuvo la población al defender su territorio, además cuenta que el jefe de la tribu Nica Cápac, cavo fosas profundas en un sitio llamado "Llano Grande" trampas donde debía caer el ejército de Benalcázar, después de esta

29

PÁGINA INTERNA DE CELEBRACIONES Y TRADICIONES

Gráfico 21 página interna de celebraciones y tradiciones



CELEBRACIONES Y TRADICIONES

Danzantes de Saquisilí

Un lugar que lo cautivará por sus colores, costumbres, paisajes y por la amabilidad de sus moradores.

Entre las manifestaciones culturales, religiosas y de folklor expresadas en el cantón, se mencionan como las más importantes las siguientes.

En tiempos Incaicos nuestros indígenas adoraban a sus Dioses practicando bailes en honor a la siembra y la cosecha danzaban con el silbido de las hojas de capulí además se utilizaba el pingullo de carrizo y huesos e instrumentos de barro.

33



ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Áreas verdes y de recreación

Mediante el uso de los medios que investigamos un contenido amplio sobre un tema en específico, áreas protegidas del cantón y así dar a conocer a los turistas de un turismo seguro y responsable.

En el cantón Saquisilí existe una gran diversidad de sitios turísticos naturales, tales como los miradores naturales de wingopana, laguna de tiloncocha, cascada candela fazo.

37

PÁGINA INTERNA DE LOS ATRACTIVOS NATURALES

Gráfico 22 Página interna de los atractivos naturales



LAGUNA DE TILONCOCHA

La Laguna de Tiloncocha se encuentra ubicada entre las comunidades culturales de Llamahuasi y Chanchungaloma a 37 km de la zona urbana de Saquisilí en la parroquia de Cochapamba a 4.023 msnm.

este hermoso lugar encontramos importante fauna como patos silvestres, gallaretas, tórtolas y otras aves que migran según la estación.

La temperatura en el lugar es de 4 °C, sus vías de acceso son de primer y tercer orden. Esta laguna es de origen natural y sirve de abastecimiento para la zona, en

41



CASCADA CANDELA FAZO

Esta ubicada en la comunidad de Jatún Era, pertenece a la parroquia de Cochapamba se encuentra a 20 km de la zona urbana de Saquisilí su altura es de 3721 msnm tiene una temperatura de 7 °C, su caída es de 300 m aproximadamente.

Esta cascada es un atractivo natural poco explorado, el acceso se dificulta en la parte baja donde el agua se concentra, el cañón de la cascada atraviesa el río Puçayacu.

Tiene aproximadamente 200 metros de altura, la caída de agua se da en medio de un estrecho rocoso dividido en dos partes, en la parte inferior se forma una pequeña poza que continua el curso por un pequeño riachuelo formando una poza grande a 200 metros de distancia.

45

PÁGINA INTERNA DE LOS SITIOS TURÍSTICOS

Gráfico 23 Página interna de los sitios turísticos



MIRADOR NATURAL DE WINGOPANA

Este mirador se encuentra en la comunidad de Yanahurco, es una formación natural rocosa que goza de fácil acceso permite apreciar de una vista impresionante del paisaje andino a 3920 msnm, alrededor se observa desde el punto más alto, al volcán Cotopaxi y al Inliza, es una zona extremadamente fría, el hito del Guingopana es una formación natural rocosa de fácil acceso, sus miradores naturales permiten observar su hermoso paisaje, las formaciones que encontramos en el lugar se debe a la erosión y las fuertes lluvias.

49



ATRATIVOS CULTURALES

Este hermoso cantón cuenta con un importante patrimonio cultural donde podemos encontrar algunas manifestaciones reflejadas en sus danzantes, que al paso del San Juanito o Tejedores encantan a los turistas, además una pieza muy importante es el Inti Aya el que esta formado de 4 penachos en la parte alta de su traje que representan a las 4 parroquias del cantón.

Durante el año se realizan una serie de celebraciones de orden religioso entre las que se destacan la Fiesta de la Virgen del Quinche, la Semana Santa, Fiestas en Honor a Juan Bautista, patrono de Saquisilí, el día de los Difuntos, la Misa del Gallo y del Niño en época de Navidad.

53

PÁGINA INTERNA DE LAS FESTIVIDADES

Gráfico 24 página interna de las festividades



LAS FIESTAS DE LA VIRGEN DEL QUINCHE DE SAQUISILÍ

Esta celebración se desarrolla durante la última semana de enero hasta finales de febrero se realiza cada año con la participación de barrios, organizaciones, empresas públicas y privadas de la zona y de diversas partes del país.

que se ha convertido a la vez en una celebración tradicional.

Una de las celebraciones más importantes es la fiesta de la Semana Santa la que congrega a propios y extraños a celebrar de esta celebración católica.

Aunque esta celebración empezó como una iniciativa de los comerciantes, ahora ha logrado aglutinar a otros sectores, por lo

57



EL DÍA DE LOS DIFUNTOS

Esta fecha se celebra cada 2 de noviembre en honor a los difuntos, una de las características de esta celebración es compartir alimentos con los seres queridos difuntos en los cementerios, además de visitarlos y limpiar sus tumbas.

simbolismo: los difuntos. Se trata de una de las celebraciones más arraigadas de nuestra cultura.

En esta fecha también se prepara la Colada Morada con guaguas de pan. Hablar de Colada Morada o del 2 de noviembre para los ecuatorianos encierra un mismo

61

PÁGINA INTERNA DE LAS PLAZAS

Gráfico 25 Página interna de las plazas



SAN JUANITOS Y TEJEDORES

Los San Juanitos consiste en una danza que realizan tejidos con sus cántaro de chicha, la música folclórica anima este baile. con sus trajes muy tradicionales, con cintas de colores llamativos tanto en hombres como en mujeres en un grupo de 12 parejas y en el último día dar un espectáculo nocturno

Son comparsas famosas del cantón Saquisilí donde se presentan disfraces auténticos y elegantes, la danza se desarrolla con cintas y en la mitad de los danzantes un

65



TURISMO COMERCIAL

A pocos pasos del centro urbano empieza la oferta y la demanda. Cada comerciante vende en kichwa, español e incluso hasta en inglés, pues los comerciantes de las cuarenta comunidades del cantón buscan atraer de mil formas a los compradores.

El objetivo es colocar sus productos y la venta la hacen en las siete plazas que concentra el comercio cantonal.

Saquisilí tiene un potencial turístico manifestado en sus ferias los días jueves y domingo, es uno de los pocos catones en el país en el que se comercializa una gran variedad de productos como son sus artesanías, productos cultivados de sus fértiles tierras y la comercialización de animales, granos y su exquisita gastronomía.

69

PÁGINA INTERNA DE LAS PLAZAS

Gráfico 26 Página interna de las plazas



PLAZA 18 DE OCTUBRE

Se localiza entre las calles 24 de Mayo y Bartolomé de las casas, a 200 metros al norte del Parque Central La Concordia, su extensión es de 5,508.08 m², es la plaza de los "Artesanos", aquí se comercializan una serie de artesanías andinas, entre las que se destacan las artesanías en tejidos, la confección de ropa como pantalones, camisas, guantes, bufandas, ponchos de producción otavaleña, juguetes hechos en madera y tela. Los Saquisilenses se dedican a la fabricación de artesanías en totora (cestería), esculturas, máscaras talladas en madera, pintura en cuadros, pintura Tigua (máscaras), alfarería, artesanías forjadas en plata y artesanías en cuero

73



PLAZA DE RASTRO

Dentro del contexto cantonal, cada semana, cada año desde que la feria se desarrollaba en una pequeña plazoleta, la tradicional feria de los días jueves fue creciendo y posesionándose en la economía del centro del país la misma que es históricamente tradicional.

También hay un espacio para los animales mayores, es decir ganado y chanchos. Acuden a esta plaza

comerciantes de Salcedo, Latacunga, Pujilí, Pillaro y Machachi (Pichincha)

Se encuentra en el sector de Carlosama, es un espacio abierto sin ningún tipo de infraestructura donde se comercializan los "animales" de razas grandes como ganado porcino, ovino, camélidos, bovinos, equinos y de carga.

77

PÁGINA INTERNA DE LAS PLAZAS

Gráfico 27 Página interna de las plazas



PLAZA KENNEDY

Se ubica entre las calles Pullupaxi y Barreno, a 200 metros al oeste del Parque Central La Concordia, conocida como la plaza de "Granos", se asienta en una extensión de 7,064.23 m².

En esta plaza se expenden productos de primera necesidad (arroz, fideo, azúcar, lenteja, aceite, jabón, detergente, etc.), comidas típicas (hornado, mote, pescados fritos, jugos naturales de frutas y

hierbas como la alfalfa), frutas (mandarinas, maracuyá, duraznos, bananos, entre otros) y vegetales (tomates, lechuga, cebolla, pimiento, etc.)

81



PLAZA SAN JUAN BAUTISTA

Está en la entrada sur del Cantón, se encuentra entre las calles Simón Bolívar y Abdón Calderón, a pocos metros al este del Parque Central La Concordia, en esta plaza actualmente se encuentra el Centro Comercial de Saquisilí, el área de la plaza es de 2,469.77 m² y es conocida como la plaza de "Ropa", debido a que en esta plaza se comercializa ropa, zapatos, sombreros, bisutería, cachinería y juguetes usados, es el sitio

preferido de niños y jóvenes ya que las cosas que venden son de menos valor.

85

PÁGINA INTERNA DE LAS PLAZAS

Gráfico 28 Página interna de las plazas



PLAZA GRAN COLOMBIA

Ubicada entre las calles García Moreno y Mariscal Sucre, a 100 metros al este del Parque Central La Concordia, el área total de la plaza: es de 4,703.88m², es llamada la plaza de "Papas", por la variedad del tubérculo que se expende, entre las especies que más se comercializan están chola, súper chola, leona blanca, coneja negra y limeña. Se expenden además mariscos, cárnicos, platos típicos, entre otros.

89



PLAZA VICENTE ROCAFUERTE

Se ubica entre las calles Manabí y Gonzales Suarez, frente a la Unidad Educativa Naciones Unidas a 400 metros al noroeste del Parque Central La Concordia, su extensión es de 5,812 metros cuadrados, es conocida como la plaza de "las gallinas", aquí se expenden cuyes, conejos, gallinas, patos, palomas para el consumo humano y además mascotas como perros y gatos los días jueves. Los días miércoles y domingos se comercializa hierva para el consumo animal.

93

PÁGINA INTERNA GASTRONOMÍA

Gráfico 29 Página interna gastronomía



GASTRONOMÍA

La oferta gastronómica es el arte de la preparación de una buena comida, en el Cantón Saquisilí es variada y es propia de la serranía ecuatoriana, se encuentra distribuida al rededor de sus siete plazas y su mercado, los días miércoles, jueves y domingos, entre la culinaria tradicional ofertada se encuentran los siguientes platos: cuy asado con papas cocinadas, mote, hornado, tortillas de maíz, tortillas de papa con caucara, chaguamishqui y tripa mishqui con runaicho.

La oferta gastronómica es el arte de la preparación de una buena comida, en el Cantón Saquisilí es variada y es propia de la serranía ecuatoriana, se encuentra distribuida al rededor de sus siete plazas y su mercado, los días miércoles, jueves y domingos, entre la culinaria tradicional ofertada se encuentran los siguientes platos: cuy asado con papas cocinadas, mote, hornado, tortillas de maíz, tortillas de papa

97

Elaborado por: Pruna Álvaro, Monge Henry

12. IMPACTOS (TÉCNICOS, SOCIALES, AMBIENTALES O ECONÓMICOS)

Impacto social

Se causa un impacto social ya que se puede lograr la creación de una identidad turística en el cantón Saquisilí donde los turistas nacionales y extranjeros sean beneficiados por estos proyectos, pero además se crea un impacto económico, ya que mediante el turismo se incrementa los ingresos económicos activos para el Gad Municipal, los habitantes y comerciantes del Cantón Saquisilí.

13. PRESUPUESTO PARA LA PROPUESTA DEL PROYECTO

Tabla 10 Costos Directos

NÓMINA	CANTIDAD	VALOR UNIT.	TOTAL
Hojas de papel bond	900	0.02	18.00
Carpetas	9	0.25	2.25
Esferos	5	0.25	1.25
Cuadernos	3	3.00	9.00
Portaminas	2	2.00	4.00
Anillados	8	0.35	2.80
Internet	700	0.60	420.00
Impresiones	1000	0.20	200.00
Cartuchos de tinta	4	25.00	100.00
Escáner	50	0.25	12.50
Copias	300	0.03	36.00
Flash Memory	2	25.00	50.00
TOTAL			955.88

Elaborado por: Pruna Álvaro, Monge Henry

Tabla 11 Costos Indirectos

NÓMINA	TOTAL
Trasporte	800.00
Alimentación	120.00
TOTAL	920.00

Elaborada por: Álvaro Pruna y Henry Monge

14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

La recopilación de información permite un análisis formal y estructural de los atractivos turísticos, que se encuentran ocultos, mediante el proyecto de investigación, se permite conocer sus costumbres, tradiciones, sus sitios comerciales y naturales para la difusión turística para así fortalecer la identidad del cantón Saquisilí y enriquecer las vivencias de un pueblo ancestral.

Mediante un análisis completo de la información y situación turística del cantón se da a conocer sus distintas plazas con sus respectivos atractivos turísticos y así lograr ubicar cada una de las distintas plazas estableciendo que un diseño editorial es esencial para la difusión del turismo, ya que cumple el rol de informar y dar a conocer a propios y extraños los paraísos escondidos del cantón Saquisilí.

Existe las condiciones favorables para la socialización de una guía turística que podrá difundir el turismo, de esta manera llegar a las personas del mismo cantón y turistas extranjeros, con la finalidad de captar la atención y el interés de las personas que visitan el cantón y que no tenían conocimiento que guardaban muchas riquezas turísticas como son sus cascadas, comida típica, y la generosidad de las personas comerciantes de sus distintas plazas.

Recomendaciones

Es necesario que las autoridades encaminen acciones de construcción e infraestructura vial y recreativa que fomenten la aventura y visita de los lugares turísticos.

Renovar constantemente la información y fotografías utilizadas para la difusión del turismo del cantón Saquisilí y a la vez que el municipio sea el encargado de distribuir la guía turística en todos los lugares públicos y privados, para dar a conocer los atractivos turísticos.

Es fundamental la sistematización de los datos obtenidos del cantón Saquisilí para la actualización de la guía para mantener toda la información recopilada y lograr que las personas sean los principales guías para el turista extranjero.

15. BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFIA CITADA

- TAMBINI, M. "El diseño del siglo XX" Enciclopedia del diseño. Ed. Gustavo Gili, Madrid. (España). (2000).
- SANABRIA, Martín "Información audiovisual: teoría y técnicas de la información". Ed. Paidós. Barcelona. España, 2003.
- ICOMOS. Carta al turismo cultural". Revista mensual. (2006).
- BUNKEK B. E. "Diseño. Historia, teoría y práctica del diseño industrial". Acerenza Miguel Ángel-Promoción Turística: un enfoque metodológico. 1993 Editorial Trillas.
- ARAVENA, Rene, Turismo Comunitario, Ed., Barcelona. 2007, pág.5-6.
Ministerio de Turismo; Manual de señalización Turística; 2012; pág.7.
- ARAVENA, Rene, Turismo Comunitario.
Señalética, Enciclopedia del Diseño, Joan Costa, CEAC, 1987.
- Beltrami, M. (2010). Ocio y viajes en la historia: antigüedad y medioevo.
- Bierut, M. (2001). Fundamentos del diseño gráfico. Infinito.
- Bormann, A. (2008). Turismo: Sus ventajas y desventajas. Berlín.
- Dalley, T. (1992). Guía completa de ilustración y diseño: técnicas y materiales. Ediciones AKAL.
- Fontcuberta, J. (2011). El beso de Judas .
- Hdez, Y. (2012). Etapas y elementos del diseño editorial . Diseño Editorial , 13.
- López, A. M. (2014). Curso diseño gráfico : fundamentos y técnicas. Anaya Multimedia-Anaya Interactiva.
- Martín, J. R. (2008). Curso de fotografía digital.
- McLean, R. (1993). Manual de tipografía. Ediciones AKAL.
- Morgenstern, K. I. (2008). Conceptos básicos de maquetación. España.
- OMT . (1994). Nacional and regional Tourism Planning methodologies case studies .
- Rosas, S. (2012). Diseño Editorial.
- saquisilí, A. d. (22 de enero de 2014). informacion del canton. (P. _Monge, Entrevistador)

Tapia, Á. (2001). Iztac: Turismo .

Vargas, R. (2014). Influencia de la fotografía en la publicidad . El Salvador : Editorial Universidad Don Bosco.

Vicedo, L. G. (2011). Aprende a Iluminar . Obtenido de <http://aprendeailuminar.blogspot.com/>

Zanón, D. (2004). Introducción Al Diseño Editorial. Editorial Visión Libros.

Zappaterra, Y. (2008). Diseño Editorial: Periódicos y revistas . España : Editorial Gustavo Gili.

WEBGRAFIA

BUSINESS, Run, (MANUAL-DE-DISEÑO-GRÁFICO), 2009 Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/15483868/MANUAL-DE-DISEÑO-GRÁFICO>.

Ministerio de Cultura . (2009). Guía del Lector. Obtenido de <http://www.mecd.gob.es/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/catalogo/cultura/biblioteca-y-centros-de-documentacion/cdcul/publicaciones/guia-lector/guialector10/guialector10.pdf>

Ministerio de Cultura . (2009). Guía del Lector. Recuperado de <https://186.42.96.211:8080/jspui/bitstream/123456789/301/1/TESIS%20COMPLETA>
<http://biblio.universidadecotec.edu.ec/revista/edicionespecial/TURISMO%20COMUNITARIO.pdf>

MINISTERIO DE TURISMO, <http://www.ministeriodeturismo.gov.ec/index.php>

MINISTERIO DE TURISMO, <http://www.visitaecuador.com/andes.php>

MINISTERIO DE TURISMO, <http://www.visitaecuador.com/andes.php>

ANEXOS

Equipo de Trabajo:

HOJA DE VIDA

Nombres y apellidos: Vilma Lucía Naranjo Huera

Fecha de nacimiento: 7 de agosto 1980

Cedula de ciudadanía: 1713451910

Estado civil: Unión Libre

Números telefónicos: 0984 679 630 / 032682595

E-mail: vilma.naranjo@utc.edu.ec



ESTUDIOS REALIZADOS

Posgrado: Universidad de Palermo, Buenos Aires – Argentina, Doctoranda

Posgrado: Universidad de las Américas, “UDLA” Quito – Ecuador, Magister en dirección de Comunicación Corporativa “DirCom”.

Nivel superior: Universidad Tecnológica Israel, Quito – Ecuador

Nivel secundario: Instituto Técnico Superior de Artes Plásticas Daniel Reyes, San Antonio de Ibarra – Ecuador.

EXPERIENCIA LABORAL

Universidad Técnica de Cotopaxi, Latacunga-Ecuador
Docente, Abril – 2008 Hasta la actualidad.

“Editorial Santillana” Quito-Ecuador
Diagramadora, Enero 2008 – Diciembre 2008

“Campaña” Agencia de Publicidad, Quito-Ecuador.
Directora de arte, abril 2006 – mayo 2008

Empresas Pinto S.A. noviembre 2002 – marzo 2006 Quito-Ecuador.
Diseñadora gráfica de identidad corporativa, Noviembre 2002 – marzo 2006.

& Trujillo, Riper Graf Quito-Ecuador.
Pasante, Enero 2001 – Junio 2002

ACTIVIDAD ACADEMICA

Coautoría del Artículo “El diseño de comunicación visual para la organización”.

Coautoría del Artículo Artículo “Representación del danzante de Pujilí y la resistencia simbólica en Ecuador”.

Coautoría del Artículo Artículo “Consumo de la cultura material y el diseño en la ciudad de Latacunga – Ecuador”.

Autoría de la ponencia. “La formalización de la gráfica popular en la globalización. tensiones presentes en la reapropiación del espacio público mediante los diseños gráfico”.

Autoría de la ponencia. “Las gráficas de pequeños comercios en Cotopaxi Ecuador y la cultura visual en sectores populares.”

Autoría y Coordinadora del proyecto “Inclusión de expresiones culturales prehispánicas del pueblo Panzaleo en el diseño grafico moderno”.

Autoría del proyecto “Plan de comunicación corporativa para mejorar la relación y vínculos con los públicos de interés”.

Creación de un stand denominado “fabrica de ideas para motivar la creatividad a través de actividades de participación”.[\[2\]](#)

HOJA DE VIDA



DATOS PERSONALES:

Nombres y Apellidos: Henry Patricio Monge Vaca
Dirección: Avenida Velazco Ibarra y Pichincha
Teléfono(s): 032-724-200, 0969060437
Lugar y Fecha de Nacimiento: Pujilí, 02 de enero 1988
Estado Civil: Casado
Documentos de Identificación: 050312243-4
País, ciudad: Ecuador – Pujilí

NIVEL DE EDUCACIÓN:

Estudios Primarios: Escuela Aristarco Jácome “Demostración”
Estudios Secundarios: Colegio Experimental “Provincia de Cotopaxi”
Estudios Universitarios: Universidad “Técnica de Cotopaxi”
Egresado en “**DISEÑO GRÁFICO
COMPUTARIZADO**”
Idiomas: Suficiencia en Italiano
Licencia: Tipo B - C

HISTORIA LABORAL:

Mi empleo realice en (MIDUVI), mi función era asistente, el tiempo que trabaje fueron de seis meses de contrato.

Trabaje en el Consejo Nacional Electoral (CNE) Coordinador de mesas.

REFERENCIAS LABORALES:

MIDUVI

CNE

HOJA DE VIDA



DATOS PERSONALES

Nombre y Apellidos: Álvaro Emilio Pruna Herrera

Fecha de nacimiento: 24 de Abril de 1987

Lugar de nacimiento: Latacunga

C.I.: 050242814-7

Dirección: Pujilí, Barrio Rosita Paredes

Teléfono: 0984886346 / (03)2723-485

Email: alvaro_flks@hotmail.com

FORMACIÓN ACADÉMICA

Primaria: Escuela Fiscal "Simón Bolívar"

Secundaria: Colegio Nacional "Primero de Abril"

Superior: Universidad Técnica de Cotopaxi

OTROS CURSOS Y SEMINARIOS

- Taller de Diseño Grafico
- Jornadas de trabajo del MIES realizada en la Parroquia de Aláquez
- Taller de diseño y fotografía

EXPERIENCIA PROFESIONAL

- Diseñador gráfico computarizado, Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador
- Encargado del centro de cómputo en la Universidad Técnica de Cotopaxi
Diseño de la página web de la Universidad
Auxiliar Electricista " Empresa Eléctrica Provincial de Cotopaxi"
- Tomador de Lecturas y Actualización de datos ELECTRICPOWER
- Diseñador Gráfico INDUCE
- Asesor Comercial SPEEDY INTERNET

IDIOMAS

SUFICIENCIA EN INGLES: nivel medio

CASCADA CANDELA FAZO

Cascada Candela Fazo



ELABORADA POR: Álvaro Pruna, Henry Monge

MIRADORES NATURALES DE WINGOPANA

Miradores de Wingopana



ELABORADA POR: Álvaro Pruna, Henry Monge

MIRADOR NATURAL DE WINGOPANA

Mirador Natural de Wingopana



ELABORADA POR: Álvaro Pruna, Henry Monge

LAGUNA DE TILONCOCHA

Laguna de Tiloncocha



ELABORADA POR: Álvaro Pruna, Henry Monge

PLAZAS

Plaza Gran Colombia



ELABORADA POR: Álvaro Pruna, Henry Monge

Plaza 18 de Octubre



ELABORADA POR: Alvaro Pruna, Henry Monge

ENCUESTA A LOS HABITANTES DEL CANTÓN

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
CIENCIAS DE LA INGENIERÍA Y APLICADAS
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO COMPUTARIZADO

Como estudiantes de la carrera de Ingeniería en diseño Gráfico Computarizado hemos visto conveniente realizar esta encuesta para saber cuánto conoce el turista y su población acerca de los sitios turísticos y festividades que existe en el Cantón Saquisilí, esperando contar con su colaboración.

1.- ¿Marque los lugares turísticos del Cantón Saquisilí que conoce usted?

- Miradores Naturales de Wingopana
- Laguna de Tiloncocha
- Cascada Candela Fazo
- Parque Acuático
- Ninguno

2.- ¿Qué festividades del Cantón Saquisilí conoce usted?

- Fiesta de la virgen del Quinche
- Festividades de Cantonización
- Pases del Niño
- Otros

3.- ¿Ha leído usted algún medio impreso que le permita tener una adecuada información turística del cantón Saquisilí?

SI NO

Publicado por quién?.....

Qué tipo de medio de información?
.....

4.- ¿Cree usted que la elaboración de un material gráfico tal como: guía turística, trípticos o afiches permitirán incentivar el turismo y orientar a los visitantes para que se trasladen a los diferentes lugares que constituyen atractivos del Cantón Saquisilí?

SI NO

Por qué?

5.- ¿Considera usted que con un material gráfico que promocione el turismo se mejorará la actividad económica del Cantón Saquisilí?

SI NO

Por qué?

6.- ¿Cuál de estos materiales gráficos cree usted que sería factible para promocionar al Cantón Saquisilí?

- guía turística
- afiche
- tríptico
- gigantografías
- otros, cuales.....

7.- ¿Considera usted que se debe crear un departamento exclusivo de información turística en el GAD municipal del cantón Saquisilí?

- Si
 - No
- Por qué?

Of. 00852-2015-GADMICS-A
Saquisilí, 05 de marzo del 2015

Máster M. Sc.
Víctor Hugo Armas
COORDINADOR DE LA CARRERA CIENCIAS DE LA INGENIERÍA Y APLICADAS
Presente.-

De mi consideración:

Reciba un cordial y atento saludo de quienes conformamos el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Intercultural del cantón Saquisilí, al tiempo que auguramos éxitos en sus funciones.

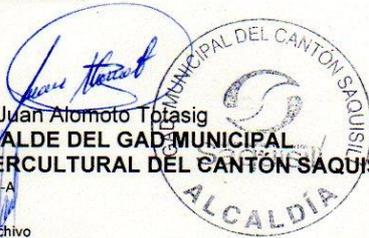
El motivo de la presente es para poner a su conocimiento que el Municipio Intercultural del Cantón Saquisilí va a auspiciar el proyecto de tesis con el tema "DISEÑO DE UN MATERIAL GRAFICO EMPLEANDO EL DISEÑO EDITORIAL PARA IMPULSAR EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN SAQUISILÍ EN EL PERÍODO 2014-2015", trabajo que será realizado por los señores Álvaro Emilio Pruna Herrera y Henry Patricio Monge Vaca, estudiantes de la carrera de Ingeniería en Diseño Gráfico Computarizado.

Por la gentil atención a la presente, expreso mis sentimientos de alta consideración y estima.

Atentamente,

Lic. Juan Atomoto Tolasig
**ALCALDE DEL GAD MUNICIPAL
INTERCULTURAL DEL CANTÓN SAQUISILÍ**

El 76. N-A
Res.
C.c. Archivo



municipiosaquisili@hotmail.com
municipiosaquisili@hotmail.com

Barreno s/n 24 de Mayo • Parque Central • Telf: 032 721 137