



TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

DISEÑO DE UNA REVISTA CULTURAL CON ENCARTES DE MAPAS SOBRE LOS
PRINCIPALES ATRACTIVOS DE LA PARROQUIA SANTIAGO UBICADA AL
NORESTE DE LA CIUDAD DE LOJA PARA FOMENTAR EL TURISMO
NACIONAL EN LA ZONA.

Proyecto de Investigación Previo a la Obtención del Título de Tecnóloga en Diseño
Gráfico

Autora: Isabel Macrina Ordóñez Armijos

Tutora: Lic. Anaya Cruz

Quito, Mayo 2016

DECLARATORIA DE AUTORÍA DE ESTUDIANTE

Yo, Isabel Macrina Ordóñez Armijos alumna de la Escuela de Diseño Gráfico reconozco que el presente proyecto e investigación es absolutamente original, auténtica y personal de mi autoría, además se han citado las fuentes correspondientes.

Las ideas y doctrinas resultado y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Isabel Ordóñez Armijos

C.C.: 172535177-7

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

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

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de Diseño Gráfico que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnóloga en Diseño Gráfico, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado **“DISEÑO DE UNA REVISTA CULTURAL CON ENCARTES DE MAPAS SOBRE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS DE LA PARROQUIA SANTIAGO UBICADA AL NORESTE DE LA CIUDAD DE LOJA PARA FOMENTAR EL TURISMO NACIONAL EN LA ZONA”**, el cual incluye la creación y diagramación de una revista cultural, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. **b)** Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación y diagramación de una revista cultural, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

DISEÑO DE UNA REVISTA CULTURAL CON ENCARTES DE MAPAS SOBRE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS DE LA PARROQUIA SANTIAGO UBICADA AL NORESTE DE LA CIUDAD DE LOJA PARA FOMENTAR EL TURISMO NACIONAL EN LA ZONA.

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

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

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

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

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

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

En aceptación firman a los ____ días del mes de _____ del dos mil dieciséis.

F) _____

C.C. N° 172535177-7

CEDENTE

F) _____

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CESIONARIO

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primera instancia a Dios por permitirme estar viva y oportunidad de poder superarme en el ámbito académico y así lograr mis metas.

A mi mamá Zoila, mi papá Luis, gracias por darme la vida y velar por mi bienestar siempre hacer todos sus esfuerzos para terminar una fase importante del proceso de mi formación académica.

A mis hermanos por estar conmigo cuando más lo necesito, por soportar mis momentos de locuras, tristezas y alegrías. Fernando por ser mi ejemplo a seguir y enseñarme que con esfuerzo podemos alcanzar todas las metas; a Alex por ser mi cómplice en mis decisiones y sobre todo por el apoyo incondicional.

A mis tíos Esthela y Ángel por siempre estar pendiente de mí, y ser mi impulso cada día para poder seguir adelante y en forma general a mis demás familiares.

A mis amigos, amigas y de manera especial a Katherine Rodriguez y Daniela Pintado por sus consejos y darme ánimos y sobretodo ser incondicionales siempre.

Y finalmente un agradecimiento al instituto por abrirme las puertas para hacer realidad este sueño alcanzar una de las tantas metas propuestas, a todos los docentes por impartirnos sus conocimientos y sobretodo la paciencia para conmigo y brindarme consejos cuando los necesitaba, y singularmente al Ing. Gonzalo Quezada, la Lic. Anaya Cruz y el Arq. Iván Cruz que como tutores ha sido parte fundamental en este proceso.

DEDICATORIA

Este proyecto va dedicado a mis padres por ser mis amigos y mis cómplices, por su paciencia y estar en cada etapa de mi vida, por criarme con sabiduría y brindarme todo su amor, cariño y consejos para ser una mejor persona y enseñarme que todo lo que vale en la vida se logra con esfuerzo y dedicación, por enseñarme a valorar a la familia y que si estamos juntos todo es posible. Para ellos todo mi amor, porque simplemente son mi mundo.

ÍNDICE

DECLARACIÓN DE APROBACIÓN DE TUTOR Y LECTOR.....	i
DECLARATORIA DE AUTORÍA DE ESTUDIANTE.....	ii
CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL..	iii
AGRADECIMIENTO.....	vii
DEDICATORIA.....	viii
INDICE GENERAL.....	x
INDICE DE TABLAS.....	xiv
INDICE DE FIGURAS.....	xv
INDICE DE GRÁFICOS.....	xvi
RESUMEN EJECUTIVO.....	xviii
ABSTRACT.....	xix
INTRODUCCIÓN.....	xx

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO I

Antecedentes

1.01 Contexto.....	01
1. 02 Justificación.....	02
1.03 Definición Del Problema Central (Matriz T).....	04

CAPÍTULO II

Análisis de involucrados

2.01 Mapeo de involucrado.....	05
2.02 Matriz de análisis y selección con los involucrados.....	06

CAPÍTULO III

Problemas y Objetivos

3.01 Árbol de problemas.....	07
3.02 Árbol de objetivos.....	08

CAPÍTULO IV

Análisis de Alternativas

4.01 Matriz de Análisis de Alternativa e identificación de acciones.....	09
4.01.01 Tamaño del proyecto.....	10
4.01.02 Localización del Proyecto.....	11
4.01.03 Análisis Ambiental.....	12
4.02 Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos.....	13

4.03 Diagrama de Estrategias.....	15
4.04 Construcción de la Matriz de Marco Lógico	
4.04.01 Revisión de los criterios para los indicadores.....	16
4.04.02 Selección de indicadores.....	20
4.04.03 Medios de Verificación.....	24
4.04.04 Supuesto.....	29
4.04.04 Matriz Marco Lógico.....	33

CAPÍTULO V

La Propuesta

5.01 Antecedentes de la herramienta del perfil de la propuesta.	39
5.02 Descripción de la herramienta.....	53
5.03 Formulación del proceso de aplicación.....	64
5.03.01 Planificación.....	65
5.03.01.01 Propósito del Proyecto.....	65
5.03.01.02 Tipo de Publicación.....	65
5.03.01.03 Temática.....	65
5.03.01.04 Formato.....	65
5.03.01.05 Número de páginas.	65
5.03.02 Desarrollo.....	66
5.03.02.01 Mapa de contenido.....	66
5.03.02 .02 Índice de Imágenes.....	67
5.03.02 .03 Estilos.....	91

5.03.02 .04 Paginas Master o Retículas.....	94
5.03.02 .05 Diagramación.....	98
5.03.02 .06 Imagen Corporativa.....	107
5.03.02 .07 Portada y contraportada.....	112
5.03.02 .09 Maquetación.....	113
5.03.02 .10 Pre – Prensa.....	113
5.03.02 .11 Prensa.....	114
5.03.02 .12 Post – Prensa.....	114
5.03.03 Marketing y Distribución.....	115

CAPÍTULO VI

Aspectos Administrativos

6.01 Recursos	
6.01.01 Técnicos – tecnológicos.....	119
6.01.02 Humanos.....	120
6.01.03 Económicos.....	120
6.02 Presupuesto.....	120
6.02.01 Gastos Operativos.....	120
6.02.02 Aplicación del Proyecto.....	121
6.03 Cronograma.....	122

CAPÍTULO VII

Conclusiones y Recomendaciones

7.01 Conclusiones.....	124
7.02 Recomendaciones.....	124
7.03 Referencias Bibliográficas.....	126
7.04 Anexos.....	129

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla # 01. Análisis de Fuerzas T.....	04
Tabla # 02. Análisis de involucrados.....	06
Tabla # 03. Matriz de Análisis de Impacto.....	13
Tabla # 04. Revisión de los criterios para los indicadores.....	16
Tabla # 05. Selección de indicadores.....	20
Tabla # 06. Medios de Verificación.....	24
Tabla # 07. Supuestos.....	29
Tabla # 08. Matriz Marco Lógico.....	33
Tabla # 09. Tabulación Pregunta 01.....	57
Tabla # 10. Tabulación Pregunta 02.....	58
Tabla # 11. Tabulación Pregunta 03.....	60
Tabla # 12. Tabulación Pregunta 04.....	61
Tabla # 13. Tabulación Pregunta 05.....	62
Tabla # 14. Tabulación Pregunta 06.....	63
Tabla # 15. Índice de imágenes.....	67
Tabla # 16. Estilos.....	91
Tabla # 17. Páginas master y retículas.....	94
Tabla # 18. Marketing.....	115
Tabla # 19. Gastos operativos.....	120
Tabla # 20. Presupuestos de aplicación de proyecto.....	121

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura # 01. Mapa de involucrados.....	05
Figura # 02. Árbol de Problemas.....	07
Figura # 03. Árbol de Objetivos.....	08
Figura # 04. Acciones.....	09
Figura # 05. Diagrama de Estrategias.....	15
Figura # 06. Mapa de contenidos.	66

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico # 01. Mapa de Localización.....	11
Gráfico # 02. Tabulación Pregunta 01.....	57
Gráfico # 03. Tabulación Pregunta 02.....	59
Gráfico # 04. Tabulación Pregunta 03.....	60
Gráfico # 05. Tabulación Pregunta 04.....	61
Gráfico # 06. Tabulación Pregunta 05.....	62
Gráfico # 07. Tabulación Pregunta 06.....	63
Gráfico # 08. Diagramación 01.....	98
Gráfico # 09. Diagramación 02.....	98
Gráfico # 10. Diagramación 03.....	98
Gráfico # 11. Diagramación 04.....	99
Gráfico #12. Diagramación 05.....	99
Gráfico # 13. Diagramación 06.....	99
Gráfico # 14. Diagramación 07.....	100
Gráfico # 15. Diagramación 08.....	100
Gráfico # 16. Diagramación 09.....	100
Gráfico # 17. Diagramación 10.....	101
Gráfico # 18. Diagramación 11.....	101
Gráfico # 19. Diagramación 12.....	101
Gráfico # 20. Diagramación 13.....	102
Gráfico # 21. Diagramación 14.....	102
Gráfico # 22. Diagramación 15.....	102

Gráfico # 23. Diagramación 16.....	103
Gráfico # 24. Diagramación 17.....	103
Gráfico # 25. Diagramación 18.....	103
Gráfico # 26. Diagramación 19.....	104
Gráfico # 27. Diagramación 20.....	104
Gráfico # 28. Diagramación 21.....	104
Gráfico # 29. Diagramación 22.....	105
Gráfico # 30. Diagramación 23.....	105
Gráfico # 31. Diagramación 24.....	105
Gráfico # 32. Diagramación 25.....	106
Gráfico # 33. Diagramación 26.....	106
Gráfico # 34. Diagramación 27.....	106
Gráfico # 35. Diagramación 28.....	107
Gráfico # 36. Portada y contraportada.....	112
Gráfico # 37. Pre-prensa 1.....	113
Gráfico # 38. Pre-prensa 2.....	113
Gráfico # 39. Afiches.....	116
Gráfico # 40. Flyers.....	117
Gráfico # 41. Foto postales.....	118

RESUMEN EJECUTIVO

Ecuador es un país rodeado de hermosos paisajes, surcado por ríos cristalinos, la variedad del clima, un país muy rico por la gran variedad de flora y fauna propias del lugar. Tiene 4 regiones que muestran la pluriculturalidad del país, cada lugar tiene sus propias costumbres, tradiciones, su propio lenguaje y actividades sociales o religiosas las cuales hacen que el lugar sea único.

En la actualidad se está incentivando a los turistas nacionales a descubrir los que nuestro país esconde a visitar lugares de aventura y a degustar de la gastronomía y conocer las formas de vida de los diferentes pueblos que conforman el país.

Colaboradores muy especiales son los propietarios de los diferentes establecimientos que ofrecen la variedad servicios, siempre les caracteriza la amabilidad y cortesía como todo buen ecuatoriano.

La realización del presente proyecto trata de impulsar al turista nacional a seguir viajando dentro del país y saber todo lo que nos ofrece.

Mediante conocimientos previos de la utilización de herramientas e investigación se ha desarrollado la revista cultural con la finalidad de mejorar la actividad económica del sector e ir de la mano con el Plan Nacional de Buen Vivir y cumplir lo que plantea la Matriz Productiva.

ABSTRACT

Ecuador is a country surrounded by beautiful landscapes, furrowed by crystalline rivers, variety of climate, a country very rich in the variety of flora and wildlife of the place. It has 4 regions showing the multicultural nature of the country, every place has its own customs, traditions, their language and social or religious activities which make the place unique.

Today it is encouraging national tourists to discover our country hides visit places of adventure, taste the food and learn the ways of life of different peoples who make up the country.

Very special collaborators are the owners of the different establishments that offer the variety of services, always characterized them kindness and courtesy as any good Ecuadorian.

The implementation of this project is to boost the national economy to continue traveling within the country and know everything it offers.

By prior knowledge of using tools and research has developed the cultural magazine in order to improve economic activity in the sector and go hand in hand with the Plan Nacional de Buen Vivir and comply raising the Matriz Productiva

INTRODUCCIÓN

A través la observación e investigaciones previas se toman la decisión de realizar la presente propuesta el cual plantea la creación y desarrollo de una revista cultural y una imagen corporativa para mayor reconocimiento por parte de turista nacional que busca nuevos lugares de distracción, la presente tiene como objetivo mejorar la actividad económica en la parroquia Santiago a través de turismo.

Dando a conocer la cultura, tradiciones y costumbres y puntos exactos donde podemos encontrar cada una de las maravillas que posee la parroquia ya sean espacios recreacionales privados o atractivos naturales.

CAPÍTULO I

Antecedentes

1.01 Contexto.

Ecuador está lleno de lugares atractivos los cuales nos identifica como cultura ante el mundo, haciéndonos representativos de un patrimonio pluricultural integrado por distintas costumbres y actividades como las fiestas, la comida típica, los lugares atractivos, la actividad económica como la agricultura, etc. Trabajar en una actividad comercial turística innovadora ha constituido lineamientos al país en busca de beneficios económicos pero ante todo un fortalecimiento como nación sobre nuestra identidad.

En los últimos años se ha enfocado en incrementar el turismo nacional direccionando actividades para viajar a los rincones de nuestro Ecuador y preferir primero lo nuestro.

Uno de los destinos turísticos dentro del país es la parroquia Santiago, inicialmente en los años de 1910 a 1920 era llamada Hacienda San Francisco la cual fue extendiendo su área hasta convertirse oficialmente lo que es ahora la parroquia Santiago en el año 1954.

Esta parroquia está ubicada en el cantón Loja ubicado al pie del cerro Huagrahuma a 32km al norte de la ciudad de Loja a una altura de 2450 m.s.n.m. con una temperatura promedio de 12-15 grados centígrados cuenta con un clima templado-húmedo y con un total de 1759 habitantes.

La parroquia tiene varios ríos y elevaciones importantes así como también una reserva ecológica con características apropiadas para el turismo de aventura. Así como la pesca deportiva en cascadas y vertientes de agua sulfurosa.

La parroquia se caracteriza por ser religiosa en la cual se realiza varias presentaciones como caminatas, pases de los diferentes santos patronales. También se desarrolla fiestas importantes como la Fiesta del 30 de Enero que son las fiestas de fundación, seguidas por las fiestas del Señor de la Divina Misericordia, fiestas de la Cruz de Tiura, el patrón Santiago y Navidad.

El idioma que utilizan los habitantes es el castellano, con algunas palabras fuera del idioma que lo practican la mayoría de las personas de la tercera edad.

Las principales actividades que se realizan en la parroquia son el cultivo de vegetales y granos así como el ganado bovino, ovino y la crianza de truchas.

La arquitectura de las viviendas es colonial con estilo republicano, y su iglesia central data de año 1890 y en su interior contiene obras de arte antiguo.

1. 02 Justificación.

El turismo nacional incrementa el interés de los demás turistas para seguir generando la economía del país.

Al hacer un estudio sobre las principales actividades y lugares turísticos en la parroquia mediante investigación de campo se ha determinado que hay sitios dentro de la parroquia que han sido olvidadas por la insuficiente información porque se genera desinterés de los habitantes al buscar alternativas para difundir valores culturales de la parroquia.

Las actividades relevantes para el incremento de ingresos en la parroquia no han sido suficientes por eso varios habitantes han tomado la decisión de abandonar el lugar en busca de nuevas fuentes de trabajo, sin embargo algunas personas han invertido sus ingresos económicos en espacios turísticos así como las piscícolas en las cuales se pueden realizar

diferentes actividades así como la pesca deportiva o la preparación de platos típicos hace que los turistas visiten el lugar por la calidez que les caracteriza a los habitantes de la parroquia así como la diversidad en la flora y fauna que existe en la zona.

Con la creación de la revista se pretende hacer conocer más de cerca lo que ofrece esta parroquia a los turistas nacionales como los atractivos del lugar, así como las fiestas religiosas, la gastronomía para incrementar los ingresos económicos a la parroquia.

La revista está enfocada Objetivo 5 Del Plan Nacional del Buen Vivir que es “Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad” ya que propone fortalecer la identidad nacional, preservar la cultura que existe dentro de nuestro país, así como su lenguaje costumbres la comida típica y claro ser acogedores con las demás personas y así fortalecer unión nacional entre todos los ecuatorianos mostrando la belleza y diversidad que este país nos ofrece.

1.03 Definición Del Problema Central (Matriz T).

Tabla # 01.

Análisis de Fuerzas T

Análisis de la fuerza T					
Situación Empeorada	Situación Actual				Situación Mejorada
Desconocimiento de los atractivos de la parroquia por parte de los turistas	Insuficiente información sobre los atractivos de la parroquia Santiago				Implementar información adecuada sobre los atractivos de la parroquia hacia el turismo nacional
Fuerza Impulsadora	I	PC	I	PC	Fuerza Bloqueadora
Implementación de estrategias comunicacionales hacia la actividad turística	1	3	4	3	Escasas estrategias comunicacionales hacia la actividad turística
Suficiente publicidad sobre los atractivos del lugar	2	4	3	2	Insuficiente publicidad sobre los atractivos del lugar
Elaboración de material gráfico que indique rutas de acceso hacia los atractivos	2	4	4	3	Ausencia de materiales gráficos sobre las rutas de acceso
Implementación de nuevos canales de difusión de los servicios que ofrecen los lugares recreativos	1	3	3	2	Limitados canales de difusión de los servicios que ofrecen los lugares recreativos
Apoyo de las autoridades hacia la actividad turística	1	3	3	2	Escaso apoyo de las autoridades hacia la actividad turística

Elaborado por Isabel Ordóñez

CAPÍTULO II

Análisis de involucrados

2.01 Mapeo de involucrados.



Figura # 01. Mapa de involucrados. Elaborado por Isabel Ordóñez

2.02 Matriz de análisis y selección con los involucrados.

Tabla # 02

Análisis de involucrados

Actores involucrados	Interés sobre el problema	Problemas percibidos	Recursos mandatos capacidades	Interés sobre el proyecto	Conflictos potenciales
Investigador	Dar a conocer la parroquia y sus atractivos turísticos	Escasos canales de información	R. Humanos R. Financieros C. Intelectual R. Tecnológicos	Diseño de una atractiva revista innovadora que contenga información precisa para el turista	Poca acogida de la revista por los turistas nacionales.
Autoridades Parroquiales	Reconocimiento de la parroquia y sus atractivos turísticos	Pocas estrategias para incentivar la actividad turística	Leyes y mandatos	Incremento de turismo	Poca aceptación de la propuesta gráfica
Propietarios de establecimientos	Generar mayor reconocimiento de los servicios que ofrece	Disminución en sus ventas	Aporte de información	Incremento de las ventas	Ausencia de servicios que el turista demanda
Habitantes	Incrementos de las fuentes de trabajo	Disminución de ingresos económicos	R. Humanos	Ingresos económicos a través de la actividad turística	Espacios de recreación poco llamativos para el turista
Turistas nacionales	Conocer atractivos de la parroquia	Inadecuada información	R. Humanos R. Económicos	Existencia de documentos que muestren lo que es la parroquia	Difícil acceso con la revista para estar informados

Elaborado por Isabel Ordóñez

CAPÍTULO III

Problemas y Objetivos

3.01 Árbol de problemas.

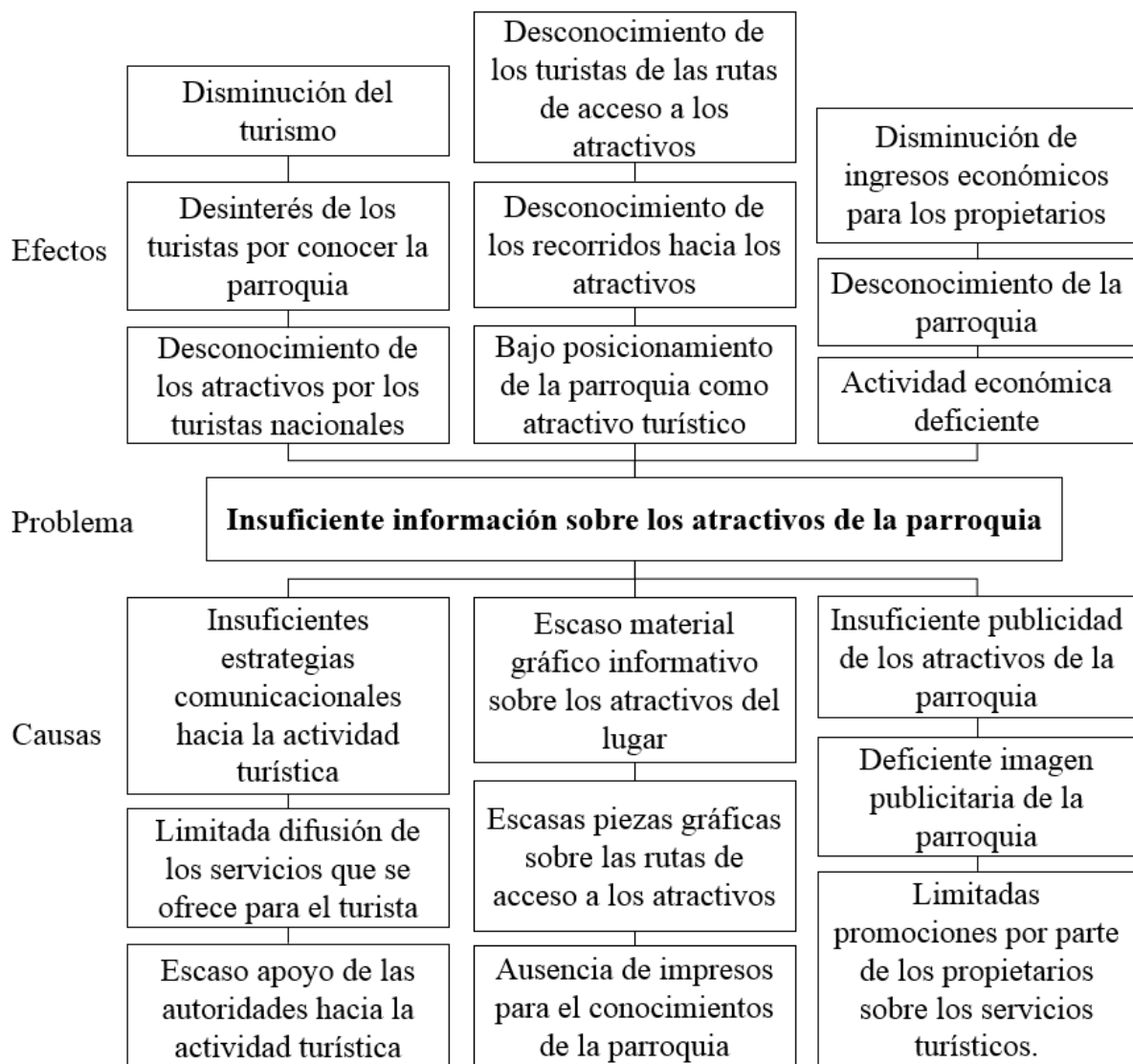


Figura # 02. Árbol de Problemas. Elaborado por Isabel Ordóñez

3.02 Árbol de objetivos.

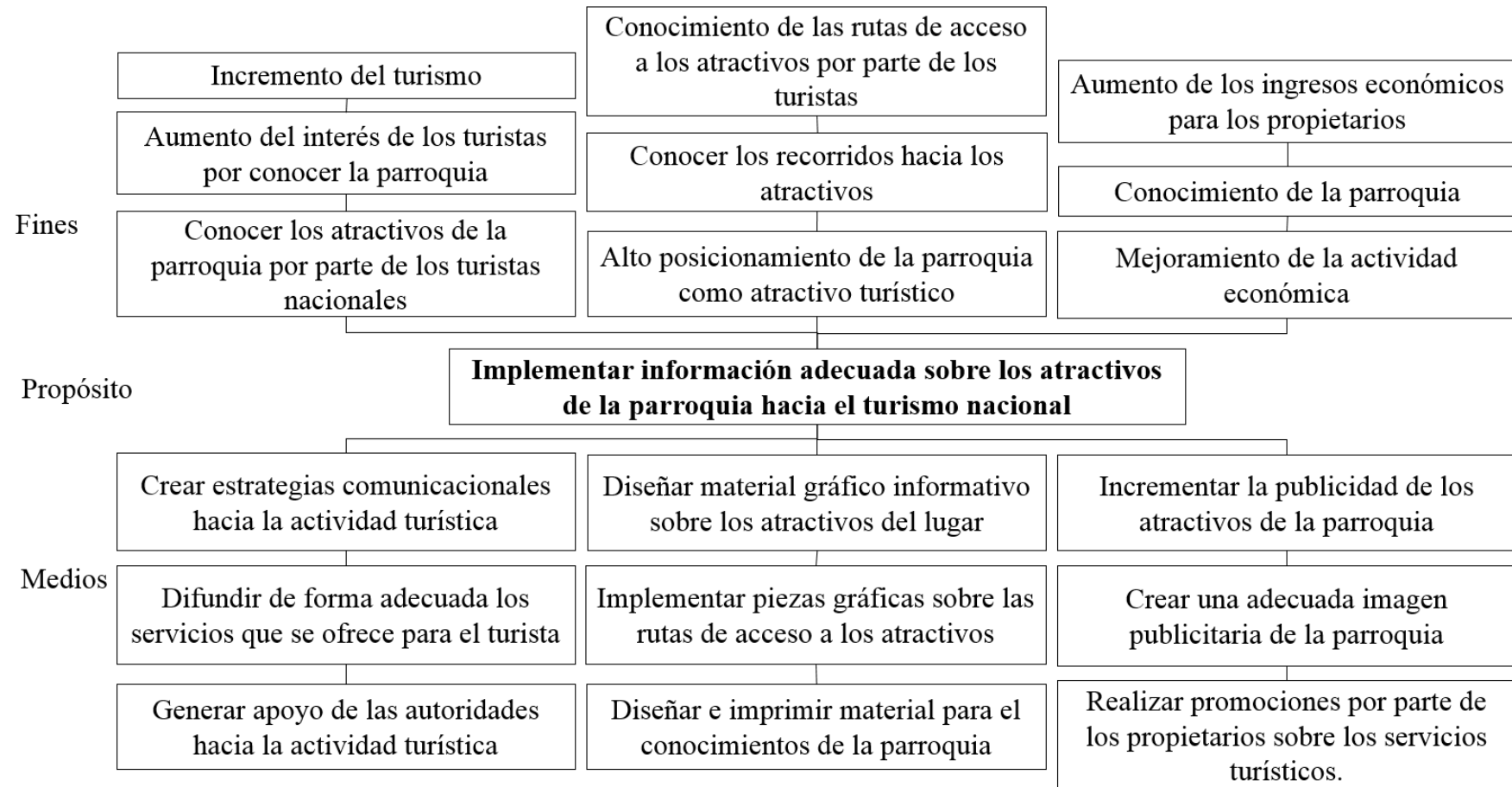


Figura # 03. Árbol de Objetivos. Elaborado por Isabel Ordóñez

CAPÍTULO IV

Análisis de Alternativas

4.01 Matriz de Análisis de Alternativa e identificación de acciones.

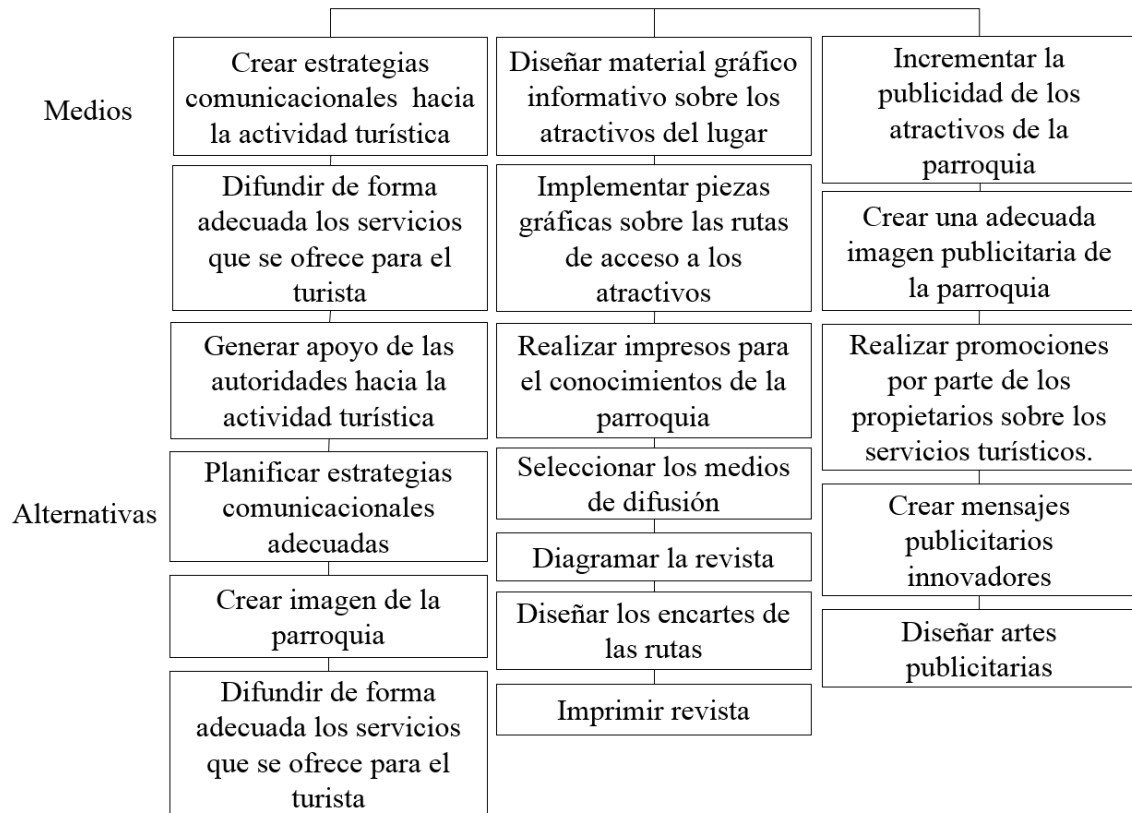


Figura # 04. Acciones. Elaborado por Isabel Ordóñez

4.01.01 Tamaño del proyecto.

La parroquia Santiago cuenta con un total poblacional de 1759 habitantes.

Clasificado como población infinita

E= Error máximo

p= probabilidad de éxito

q= probabilidad de fracaso

n= muestra

Fórmula

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

n= ?

N= 1759

K= 1.96

E= 5%

p= 50%

q= 50%

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5 \cdot 1759}{(0,5^2 \cdot (1759-1)) + 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5} = \frac{1689,34}{5,63} = 315$$

De 1759 habitantes se tomará una muestra de 315 habitantes.

4.01.02 Localización del Proyecto.

La Parroquia Santiago con su cabecera parroquial del mismo nombre, se localiza en la región sur del Ecuador, dentro del territorio del cantón y provincia de Loja. Se ubica a 32 km de distancia en la zona norte de la ciudad de Loja y al pie del cerro Tiura entre las siguientes coordenadas geográficas: 03° 47' 37" de latitud sur; y, 79° 16' 55" de longitud oeste.

Sus Límites:

Al Norte: Con las parroquias: San Pablo de Tenta (cantón Saraguro) y parte de las parroquias San Lucas y Gualiel.

Al Sur: Con la parroquia Jimbilla y la parroquia urbana de Loja El Valle

Al Este: Con la parroquia San Lucas

Al Oeste: Con las parroquias de Taquil, Chantaco, Chuquiribamba y Gualiel.



Gráfico # 01. Mapa Localización. Elaborado por Isabel Ordóñez

4.01.03 Análisis Ambiental.

Al realizar un proyecto es muy importante tomar en cuenta cuanto va a afectar el producto al medio ambiente. La realización de la presente revista tendrá un impacto ambiental negativo ya que se utilizará papel para la impresión de la revista, tintas el uso de la luz eléctrica al momento de diseñar la revista, pero también será positivo ya que se tratara de minimizar con el uso de papel y tintas ecológicas para disminuir el impacto ambiental, se tratará de imprimir los ejemplares en medida razonable para no hacer desperdicio de material.

4.02 Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos.

Tabla # 03

Matriz de Análisis de Impacto

Objetivo	Impacto sobre propósito	Factibilidad técnica	Factibilidad financiera	Factibilidad social	Factibilidad política	Total
Crear estrategias comunicacionales hacia la actividad turística	5	3	4	4	4	20
Difundir de forma adecuada los servicios que se ofrece para el turista	4	4	4	5	4	21
Generar apoyo de las autoridades hacia la actividad turística	4	4	3	5	5	21
Implementar material gráfico informativo sobre los atractivos del lugar	5	4	4	4	4	21
Implementar piezas gráficas sobre las rutas de acceso a los atractivos	5	4	4	4	5	22
Realizar impresos para el conocimientos de la parroquia	5	4	4	4	5	22

DISEÑO DE UNA REVISTA CULTURAL CON ENCARTES DE MAPAS SOBRE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS DE LA PARROQUIA SANTIAGO UBICADA AL NORESTE DE LA CIUDAD DE LOJA PARA FOMENTAR EL TURISMO NACIONAL EN LA ZONA.

Incrementar la publicidad de los atractivos de la parroquia	4	5	5	5	4	23
Crear una adecuada imagen publicitaria de la parroquia	5	4	5	4	4	22
Realizar promociones por parte de los propietarios sobre los servicios turísticos.	4	4	4	5	4	21

Elaborado por Isabel Ordóñez

4.03 Diagrama de Estrategias.

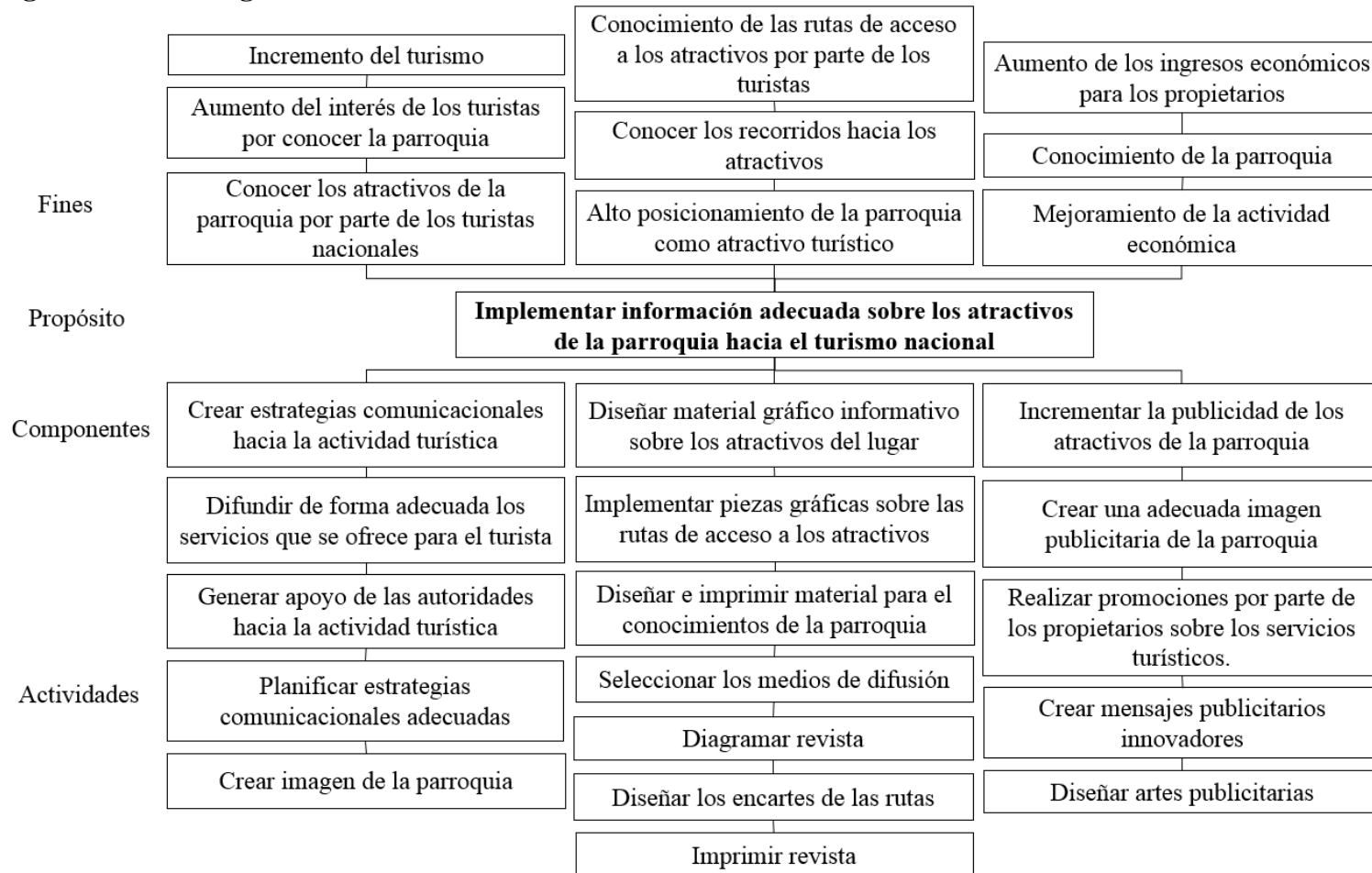


Figura # 05. Diagrama de Estrategias. Elaborado por Isabel Ordóñez

4.04 Construcción de la Matriz de Marco Lógico.

4.04.01 Revisión de los criterios para los indicadores.

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	META				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Objetivo
Fines	F1 Conocer los atractivos de la parroquia por parte de los turistas nacionales	Incrementar los conocimientos de los turistas en el lugar en el 70%	221	alta	3 meses	Santiago	Adultos/ Jóvenes
	F2 Alto posicionamiento de la parroquia como atractivo turístico	Subir el posicionamiento del lugar en un 55%	173	alta	3 meses	Santiago	Adultos jóvenes niños
	F3 Mejoramiento de la actividad económica	Incremento de la actividad económica en un 50%	158	media	3 meses	Santiago	Adultos/ Jóvenes/ niños
	F4 Aumento del interés de los turistas por conocer la parroquia	Incremento de los turistas en un 70%	221	alta	3 meses	Santiago	Adultos/ Jóvenes
	F5 Conocer los recorridos hacia los atractivos	Incrementar el conocimiento de las rutas de acceso hacia los atractivos del lugar en el 75%	236	alta	3 meses	Santiago	Adultos/ Jóvenes

DISEÑO DE UNA REVISTA CULTURAL CON ENCARTES DE MAPAS SOBRE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS DE LA PARROQUIA SANTIAGO UBICADA AL NORESTE DE LA CIUDAD DE LOJA PARA FOMENTAR EL TURISMO NACIONAL EN LA ZONA.

	F6 Conocimiento de la parroquia	Incrementar el conocimiento de los turistas sobre el lugar en el 80%	252	media	3 meses	Santiago	Adultos/ Jóvenes/ niños
	F7 Incremento del turismo	Incrementar el turismo en el lugar en el 70%	221	Media / alta	3 meses	Santiago	Adultos/ Jóvenes/ niños
	F8 Conocimiento de las rutas de acceso a los atractivos por parte de los turistas	Incrementar el interés de los turistas hacia la parroquia un 60%	189	media	3 meses	Santiago	Adultos/ Jóvenes/ niños
	F9 Aumento de ingresos económicos para los propietarios	Incrementar los ingresos económicos en un 55%	173	media	3 meses	Santiago	Adultos/ Jóvenes/ niños
Propósito	P1 Implementar información adecuada sobre los atractivos de la parroquia hacia el turismo nacional	Generar información adecuada sobre los atractivos de la parroquia 100%	315	alta	3 meses	Santiago	Adultos/ Jóvenes/
Complemento	C1 Crear estrategias comunicacionales hacia la actividad turística	Aumento de estrategias comunicacionales en un 80%	252	alta	3 meses	Santiago	Adultos/ Jóvenes/ niños
	C2 Implementar material gráfico informativo sobre los atractivos del lugar	Suficiente material gráfico 80%	252	alta	2 meses	Santiago	Adultos/ Jóvenes/ niños
	C3	Publicidad aumentada en un 80%	252	alta	3 meses	Santiago	Adultos/ Jóvenes/

DISEÑO DE UNA REVISTA CULTURAL CON ENCARTES DE MAPAS SOBRE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS DE LA PARROQUIA SANTIAGO UBICADA AL NORESTE DE LA CIUDAD DE LOJA PARA FOMENTAR EL TURISMO NACIONAL EN LA ZONA.

	Incrementar la publicidad de los atractivos de la parroquia						niños
	C4 Difundir de forma adecuada los servicios que se ofrece para el turista	Incremento en la difusión de servicios en 75%	236	media	3 meses	Santiago	Adultos/ Jóvenes/ niños
	C5 Implementar piezas gráficas sobre las rutas de acceso a los atractivos	Implementación de piezas graficas en el 100%	315	media	3 meses	Santiago	Adultos/ Jóvenes/ niños
	C6 Crear una adecuada imagen publicitaria de la parroquia	Mejorada imagen publicitaria de la parroquia en el 100%	315	media	3 meses	Santiago	Adultos/ Jóvenes/ niños
	C7 Generar apoyo de las autoridades hacia la actividad turística	Incremento de apoyo de las autoridades en el 80 %	252	media	3 meses	Santiago	Adultos/ Jóvenes/
	C8 Realizar impresos para el conocimientos de la parroquia	Abastecimiento de material impreso con información 100%	315	media	3 meses	Santiago	Adultos/ Jóvenes/ niños
	C9 Realizar promociones por parte de los propietarios sobre los servicios turísticos.	Incremento promocional por parte de los propietarios en el 90%	284	media	3 meses	Santiago	Adultos/ Jóvenes/ niños
Acciones	A1 Planificar estrategias comunicacionales adecuadas	Material informativo ubicado estratégicamente en un 90%	284	alta	3 meses	Santiago	Adultos/ Jóvenes
	A2 Seleccionar los medios de difusión	Utilización de nuevos canales comunicacionales en el 70%	221	alta	6 meses	Santiago	Adultos/ Jóvenes

DISEÑO DE UNA REVISTA CULTURAL CON ENCARTES DE MAPAS SOBRE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS DE LA PARROQUIA SANTIAGO UBICADA AL NORESTE DE LA CIUDAD DE LOJA PARA FOMENTAR EL TURISMO NACIONAL EN LA ZONA.

A3	Incremento de mensaje publicitario en 90%	284	alta	3 meses	Santiago	Adultos/ Jóvenes/ Niños
Crear mensajes publicitarios innovadores						
A4	Incremento de visitas hacia los lugares en un 100%	315	alta	3 meses	Santiago	Adultos/ Jóvenes/ niños
Crear imagen de la parroquia						
A5	Implementar la revista 100%	315	alta	3 meses	Santiago	Adultos/ Jóvenes
Diagramar revista						
A6	Implementar encartes de las rutas 100%	315	alta	3 meses	Santiago	Adultos/ Jóvenes
Diseñar los encartes de las rutas						
A7	Implemento de artes publicitarias en 80%	252	alta	3 meses	Santiago	Adultos/ Jóvenes
Diseñar artes publicitarias						
A8	Implementar la revista 100%	315	alta	3 meses	Santiago	Adultos/ Jóvenes
Imprimir revista						

Tabla # 04

Revisión de los criterios para los indicadores

Elaborado por Isabel Ordóñez

4.04.02 Selección de indicadores.

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Clasificación de indicadores					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
Fines	F1 Conocer los atractivos de la parroquia por parte de los turistas nacionales	Incrementar los conocimientos de los turistas en el lugar en el 70%	X	-	-	X	X	3	Si
	F2 Alto posicionamiento de la parroquia como atractivo turístico	Subir el posicionamiento del lugar en un 55%	X	-	-	X	X	3	Si
	F3 Mejoramiento de la actividad económica	Incremento de la actividad económica en un 50%	X	X	X	X	-	4	Si
	F4 Aumento del interés de los turistas por conocer la parroquia	Incremento de los turistas en un 70%	X	X	X	X	X	5	Si
	F5 Conocer los recorridos hacia los atractivos	Incrementar el conocimiento de las rutas de acceso hacia los atractivos del lugar en el 75%	X	X	-	X	-	3	Si
	F6 Conocimiento de la parroquia	Incrementar el conocimiento de los turistas sobre el lugar en el 80%	X	X	X	X	X	5	Si
	F7 Incremento del turismo	Incrementar el turismo en el lugar en el 70%	X	X	X	X	X	5	Si
	F8 Conocimiento de las rutas de acceso a los atractivos por parte de los turistas	Incrementar el interés de los turistas hacia la parroquia un 60%	X	X	-	X	X	4	Si

DISEÑO DE UNA REVISTA CULTURAL CON ENCARTES DE MAPAS SOBRE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS DE LA PARROQUIA SANTIAGO UBICADA AL NORESTE DE LA CIUDAD DE LOJA PARA FOMENTAR EL TURISMO NACIONAL EN LA ZONA.

Propósito	F9	Incrementar los ingresos económicos en un 55%	X	X	X	X	X	5	Si
	Aumento de ingresos económicos para los propietarios								
Complemento	P1	Generar información adecuada sobre los atractivos de la parroquia 100%	X	X	X	X	X	5	Si
	Implementar información adecuada sobre los atractivos de la parroquia hacia el turismo nacional								
	C1	Aumento de estrategias comunicacionales en un 80%	X	X	X	X	X	5	Si
	Crear estrategias comunicacionales hacia la actividad turística								
	C2	Suficiente material gráfico 80%	X	-	X	X	X	4	Si
	Implementar material gráfico informativo sobre los atractivos del lugar								
	C3	Publicidad aumentada en un 80%	X	-	X	X	X	4	Si
	Incrementar la publicidad de los atractivos de la parroquia								
C4	Incremento en la difusión de servicios en 75%	X	X	-	X	X	4	Si	
Difundir de forma adecuada los servicios que se ofrece para el turista									
C5	Implementación de piezas graficas en el 100%	X	X	X	X	X	5	Si	
Implementar piezas gráficas sobre las rutas de acceso a los atractivos									
C6	Mejorada imagen publicitaria de la parroquia en el 100%	X	-	X	X	-	3	Si	
Crear una adecuada imagen publicitaria de la parroquia									
C7	Incremento de apoyo de las autoridades en el 80 %	X	X	X	X	-	4	Si	
Generar apoyo de las autoridades hacia la actividad turística									

DISEÑO DE UNA REVISTA CULTURAL CON ENCARTES DE MAPAS SOBRE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS DE LA PARROQUIA SANTIAGO UBICADA AL NORESTE DE LA CIUDAD DE LOJA PARA FOMENTAR EL TURISMO NACIONAL EN LA ZONA.

Acciones	C8 Realizar impresos para el conocimientos de la parroquia	Abastecimiento de material impreso con información 100%	X	-	X	X	-	3	Si
	C9 Realizar promociones por parte de los propietarios sobre los servicios turísticos.	Incremento promocional por parte de los propietarios en el 90%	X	X	X	X	-	4	Si
	A1 Planificar estrategias comunicacionales adecuadas	Material informativo ubicado estratégicamente en un 90%	X	X	-	X	X	4	Si
	A2 Seleccionar los medios de difusión	Utilización de nuevos canales comunicacionales en el 70%	X	X	X	X	-	3	Si
	A3 Crear mensajes publicitarios innovadores	Incremento de mensaje publicitario en 90%	X	-	X	X	-	3	Si
	A4 Crear imagen de la parroquia	Incremento de visitas hacia los lugares en un 100%	X	-	X	X	X	4	Si
	A5 Diagramar revista	Implementar la revista 100%	X	-	X	X	X	4	Si
	A6 Diseñar los encartes de las rutas	Implementar encartes de las rutas 100%	X	X	X	X	X	5	Si
	A7 Diseñar artes publicitarias	Implemento de artes publicitarias en 80%	X	X	X	X	X	5	Si

A8 Imprimir revista	Implementar la revista 100%	X	X	X	X	X	5	Si
------------------------	-----------------------------	---	---	---	---	---	---	----

Tabla # 05

Selección de indicadores.

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

Elaborado por Isabel Ordóñez

4.04.03 Medios de Verificación.

Tabla # 06

Medios de Verificación

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuentes de Información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
Fines	F1 Conocer los atractivos de la parroquia por parte de los turistas nacionales	Incrementar los conocimientos de los turistas en el lugar en el 70%	Primario	Encuesta	Estadística	3 meses	Investigador
	F2 Alto posicionamiento de la parroquia como atractivo turístico	Subir el posicionamiento del lugar en un 55%	Secundario	Observación	Simple verificado	3 meses	Investigador
	F3 Mejoramiento de la actividad económica	Incremento de la actividad económica en un 50%	Secundaria	Entrevistas	Estadística	3 meses	Investigador

F4	Incremento de los turistas en un 70%	Primario	Encuestas	Estadística	3 meses	Investigador
Aumento del interés de los turistas por conocer la parroquia						
F5	Incrementar el conocimiento de las rutas de acceso hacia los atractivos del lugar en el 75%	Primario	Encuestas	Estadística	3 meses	Investigador
Conocer los recorridos hacia los atractivos						
F6	Incrementar el conocimiento de los turistas sobre el lugar en el 80%	Primario	Entrevistas	Estadística	3 meses	Investigador
Conocimiento de la parroquia						
F7	Incrementar el turismo en el lugar en el 70%	Secundario	Encuestas	Estadístico	4 meses	Investigador
Incremento del turismo						
F8	Incrementar el interés de los turistas hacia la parroquia un 60%	Secundario	Encuestas	Estadístico	2 meses	Investigador
Conocimiento de las rutas de acceso a los atractivos por parte de los turistas						
F9	Incrementar los ingresos económicos en un 55%	Primario	Entrevistas	Estadísticos	1 mes	Investigador
Aumento de ingresos económicos para los propietarios						

DISEÑO DE UNA REVISTA CULTURAL CON ENCARTES DE MAPAS SOBRE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS DE LA PARROQUIA SANTIAGO UBICADA AL NORESTE DE LA CIUDAD DE LOJA PARA FOMENTAR EL TURISMO NACIONAL EN LA ZONA.

Propósitos	P1 Implementar información adecuada sobre los atractivos de la parroquia hacia el turismo nacional	Generar información adecuada sobre los atractivos de la parroquia 100%	Secundario	Observación	Simple Verificado	3 meses	Investigador
Componentes	C1 Crear estrategias comunicacionales hacia la actividad turística	Aumento de estrategias comunicacionales en un 80%	Primario	Entrevistas	Estadísticos	3 meses	Investigador
	C2 Implementar material gráfico informativo sobre los atractivos del lugar	Suficiente material gráfico 80%	Secundario	Observación	Simple Verificado	3 meses	Investigador
	C3 Incrementar la publicidad de los atractivos de la parroquia	Publicidad aumentada en un 80%	Primario	Encuestas	Estadístico	3 meses	Investigador
	C4 Difundir de forma adecuada los servicios que se ofrece para el turista	Incremento en la difusión de servicios en 75%	Primario	Encuestas	Estadístico	3 meses	Investigador

DISEÑO DE UNA REVISTA CULTURAL CON ENCARTES DE MAPAS SOBRE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS DE LA PARROQUIA SANTIAGO UBICADA AL NORESTE DE LA CIUDAD DE LOJA PARA FOMENTAR EL TURISMO NACIONAL EN LA ZONA.

C5	Implementación de piezas gráficas en el 100%	Primario	Encuestas	Estadístico	3 meses	Investigador
Implementar piezas gráficas sobre las rutas de acceso a los atractivos						
C6	Mejorada imagen publicitaria de la parroquia en el 100%	Primario	Encuestas	Estadístico	3 meses	Investigador
Crear una adecuada imagen publicitaria de la parroquia						
C7	Incremento de apoyo de las autoridades en el 80 %	Primario	Encuestas	Estadístico	3 meses	Investigador
Generar apoyo de las autoridades hacia la actividad turística						
C8	Abastecimiento de material impreso con información 100%	Primario	Encuestas	Estadístico	3 meses	Investigador
Realizar impresos para el conocimientos de la parroquia						
C9	Incremento promocional por parte de los propietarios en el 90%	Primario	Encuestas	Estadístico	3 meses	Investigador
Realizar promociones por parte de los propietarios sobre los servicios turísticos.						

DISEÑO DE UNA REVISTA CULTURAL CON ENCARTES DE MAPAS SOBRE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS DE LA PARROQUIA SANTIAGO UBICADA AL NORESTE DE LA CIUDAD DE LOJA PARA FOMENTAR EL TURISMO NACIONAL EN LA ZONA.

Acciones	A1 Planificar estrategias comunicacionales adecuadas	Material informativo ubicado estratégicamente en un 90%	Primario	Encuestas	Estadístico	3 meses	Investigador
	A2 Seleccionar los medios de difusión	Utilización de nuevos canales comunicacionales en el 70%	Secundario	Observación	Simple Verificado	3 meses	Investigador
	A3 Crear mensajes publicitarios innovadores	Incremento de mensaje publicitario en 90%	Primario	Observación	Simple Verificado	3 meses	Investigador
	A4 Crear imagen de la parroquia	Incremento de visitas hacia los lugares en un 100%	Primario	Encuestas	Estadístico	3 meses	Investigador
	A5 Diagramar revista	Implementar la revista 100%	Secundario	Observación	Simple Verificado	3 meses	Investigador
	A6 Diseñar los encartes de las rutas	Implementar encartes de las rutas 100%	Secundario	Observación	Simple Verificado	3 meses	Investigador
	A7 Diseñar artes publicitarias	Implemento de artes publicitarias en 80%	Secundario	Observación	Simple Verificado	3 meses	Investigador
	A8 Imprimir revista	Implementar la revista 100%	Secundario	Observación	Simple Verificado	3 meses	Investigador

Elaborado por Isabel Ordóñez

DISEÑO DE UNA REVISTA CULTURAL CON ENCARTES DE MAPAS SOBRE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS DE LA PARROQUIA SANTIAGO UBICADA AL NORESTE DE LA CIUDAD DE LOJA PARA FOMENTAR EL TURISMO NACIONAL EN LA ZONA.

4.04.04 Supuesto.

Tabla # 07

Supuestos

Nivel	Resumen Narrativo	Supuesto	Medios de Verificación				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Fines	F1 Conocer los atractivos de la parroquia por parte de los turistas nacionales	Cambios de políticas en el lugar	x	x	x		
	F2 Alto posicionamiento de la parroquia como atractivo turístico	Desinterés de las autoridades	x	x	x		
	F3 Mejoramiento de la actividad económica	Economía disminuida por falta de actividad comercial o agrícola	x				
	F4 Aumento del interés de los turistas por conocer la parroquia	Propietarios y autoridades conformistas	x		x		
	F5 Conocer los recorridos hacia los atractivos	Generación de fallas geológicas					x
	F6 Conocimiento de la parroquia	Difícil acceso a la zona	x	x	x		

	F7	Campañas gubernamentales hacia otros destinos	x	x		
	F8	Lugares poco accesibles	x			x
	F9	Disminución de afluencia turística	x		x	
Propósito	P1	Información poco llamativa para el turista			x	
	C1	Estrategias comunicacionales no acorde a la actividad turística			x	X
	C2	Material gráfico con poca acogida y mal distribuido			x	x
Componentes	C3	Cierre de atractivos turísticos	x			X

DISEÑO DE UNA REVISTA CULTURAL CON ENCARTES DE MAPAS SOBRE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS DE LA PARROQUIA SANTIAGO UBICADA AL NORESTE DE LA CIUDAD DE LOJA PARA FOMENTAR EL TURISMO NACIONAL EN LA ZONA.

	C4	Estrategias con perfiles diferente hacia la demanda del turista	x		x		
		Difundir de forma adecuada los servicios que se ofrece para el turista					
	C5	Cambio de las rutas de acceso					x
		Implementar piezas gráficas sobre las rutas de acceso a los atractivos					
	C6	Acogimiento de la imagen corporativa no deseado por parte del grupo objetivo			x		
		Crear una adecuada imagen publicitaria de la parroquia					
	C7	Cambio de autoridades	x		x		X
		Generar apoyo de las autoridades hacia la actividad turística					
	C8	Impresos mal utilizados			x		x
		Realizar impresos para el conocimientos de la parroquia					
	C9	Personas poco asociadas con el ámbito publicitario			x		X
		Realizar promociones por parte de los propietarios sobre los servicios turísticos.					
Acciones	A1	Planificación errónea de estrategia			x		X
		Planificar estrategias comunicacionales adecuadas					
	A2	Cobertura tecnológica en la zona			x		

Seleccionar los medios de difusión				
A3	Mensajes inadecuados			
Crear mensajes publicitarios innovadores				
A4	Imagen inadecuada para la parroquia	x	x	
Crear imagen de la parroquia				
A5	Cambio de aplicaciones designadas para la realización de la revista	x		
Diagramar revista				
A6	Cambio de rutas			x
Diseñar los encartes de las rutas				
A7	Cambio frecuentes de tendencias		x	
Diseñar artes publicitarias				
A8	Escases de material		x	x
Imprimir revista				

Elaborado por Isabel Ordóñez

4.04.04 Matriz Marco Lógico.

Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación					Supuestos
		Fuentes de Información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable	
F1 Conocer los atractivos de la parroquia por parte de los turistas nacionales	Incrementar los conocimientos de los turistas en el lugar en el 70%	F1.1.1 Primario	Encuesta	Estadística	3 meses	Investigador	F1.1.1.1 Cambios de políticas en el lugar
F2 Alto posicionamiento de la parroquia como atractivo turístico	Subir el posicionamiento del lugar en un 55%	F2.1.1 Secundario	Observación	Simple verificado	3 meses	Investigador	F2.1.1.1 Desinterés de las autoridades
F3 Mejoramiento de la actividad económica	Incremento de la actividad económica en un 50%	F3.1.1 Secundario	Entrevistas	Estadística	3 meses	Investigador	F3.1.1.1 Economía disminuida por falta de actividad comercial o agrícola
F4 Aumento del interés de los turistas por conocer la parroquia	Incremento de los turistas en un 70%	F4.1.1 Primario	Encuestas	Estadística	3 meses	Investigador	F4.1.1.1 Propietarios y autoridades conformistas

F5	Incrementar el conocimiento de las rutas de acceso hacia los atractivos del lugar en el 75%	F5.1.1 Primario	Encuestas	Estadística	3 meses	Investigador	F5.1.1.1 Generación de fallas geológicas
F6	Incrementar el conocimiento de los turistas sobre el lugar en el 80%	F6.1.1 Primario	Entrevistas	Estadística	3 meses	Investigador	F6.1.1.1 Difícil acceso a la zona
F7	Incrementar el turismo en el lugar en el 70%	F7.1.1 Secundario	Encuestas	Estadístico	4 meses	Investigador	F7.1.1.1 Campañas gubernamentales hacia otros destinos
F8	Incrementar el interés de los turistas hacia la parroquia un 60%	F8.1.1 Secundario	Encuestas	Estadístico	2 meses	Investigador	F8.1.1.1 Lugares poco accesibles
F9	Incrementar los ingresos económicos para los propietarios en un 55%	F9.1.1 Primario	Entrevistas	Estadísticos	1 mes	Investigador	F9.1.1.1 Disminución de afluencia turística
P1	Generar información adecuada sobre los atractivos de la parroquia 100%	P1.1.1 Secundario	Observación	Simple Verificado	3 meses	Investigador	P1.1.1.1 Información poco llamativa para el turista

parroquia hacia el turismo nacional

C1 Crear estrategias comunicacionales hacia la actividad turística	Aumento de estrategias comunicacionales en un 80%	C1.1.1 Primario	Entrevistas	Estadísticos	3 meses	Investigador	C1.1.1.1 Estrategias comunicacionales no acorde a la actividad turística
C2 Implementar material gráfico informativo sobre los atractivos del lugar	Suficiente material gráfico 80%	C2.1.1 Secundario	Observación	Simple Verificado	3 meses	Investigador	C2.1.1.1 Material gráfico con poca acogida y mal distribuido
C3 Incrementar la publicidad de los atractivos de la parroquia	Publicidad aumentada en un 80%	C3.1.1 Primario	Encuestas	Estadístico	3 meses	Investigador	C3.1.1.1 Cierre de atractivos turísticos
C4 Difundir de forma adecuada los servicios que se ofrece para el turista	Incremento en la difusión de servicios en 75%	C4.1.1 Primario	Encuestas	Estadístico	3 meses	Investigador	C4.1.1.1 Estrategias con perfiles diferente hacia la demanda del turista
C5 Implementar piezas gráficas sobre las	Implementación de piezas graficas en el 100%	C5.1.1 Primario	Encuestas	Estadístico	3 meses	Investigador	C5.1.1.1 Cambio de las rutas de acceso

DISEÑO DE UNA REVISTA CULTURAL CON ENCARTES DE MAPAS SOBRE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS DE LA PARROQUIA SANTIAGO UBICADA AL NORESTE DE LA CIUDAD DE LOJA PARA FOMENTAR EL TURISMO NACIONAL EN LA ZONA.

rutas de acceso a los atractivos

C6 Crear una adecuada imagen publicitaria de la parroquia	Mejorada imagen publicitaria de la parroquia en el 100%	C6.1.1 Primario	Encuestas	Estadístico	3 meses	Investigador	C6.1.1.1 Acogimiento de la imagen corporativa no deseado por parte del público
C7 Generar apoyo de las autoridades hacia la actividad turística	Incremento de apoyo de las autoridades en el 80 %	C7.1.1 Primario	Encuestas	Estadístico	3 meses	Investigador	C7.1.1.1 Cambio de autoridades
C8 Realizar impresos para el conocimientos de la parroquia	Abastecimiento de material impreso con información 100%	C8.1.1 Primario	Encuestas	Estadístico	3 meses	Investigador	C8.1.1.1 Impresos mal utilizados
C9 Realizar promociones por parte de los propietarios sobre los servicios turísticos.	Incremento promocional por parte de los propietarios en el 90%	C9.1.1 Primario	Encuestas	Estadístico	3 meses	Investigador	C9.1.1.1 Personas poco asociadas con el ámbito publicitario

A1 Planificar estrategias comunicacionales adecuadas	Material informativo ubicado estratégicamente en un 90%	A1.1.1 Primario	Encuestas	Estadístico	3 meses	Investigador	A1.1.1.1 Planificación errónea de estrategia
A2 Seleccionar los medios de difusión	Utilización de nuevos canales comunicacionales en el 70%	A2.1.1 Secundario	Observación	Simple Verificado	3 meses	Investigador	A2.1.1.1 Cobertura tecnológica en la zona
A3 Crear mensajes publicitarios innovadores	Incremento de mensaje publicitario en 90%	A3.1.1 Primario	Observación	Simple Verificado	3 meses	Investigador	A3.1.1.1 Mensajes inadecuados
A4 Crear imagen de la parroquia	Incremento de visitas hacia los lugares en un 100%	A4.1.1 Primario	Encuestas	Estadístico	3 meses	Investigador	A4.1.1.1 Imagen inadecuada para la parroquia
A5 Diagramar revista	Implementar la revista 100%	A5.1.1 Secundario	Observación	Simple Verificado	3 meses	Investigador	A5.1.1.1 Cambio de aplicaciones designadas para la realización de la revista
A6 Diseñar los encartes de las rutas	Implementar encartes de las rutas 100%	A6.1.1 Secundario	Observación	Simple Verificado	3 meses	Investigador	A6.1.1.1 Cambio de rutas

A7	Implemento de artes publicitarias en 80%	A7.1.1 Secundario	Observación	Simple Verificado	3 meses	Investigador	A7.1.1.1 Cambio frecuentes de tendencias
A8	Implementar la revista 100%	A8.1.1 Secundario	Observación	Simple Verificado	3 meses	Investigador	A8.1.1.1 Escases de material

Tabla # 08

Matriz Marco Lógico

Elaborado por Isabel Ordóñez

DISEÑO DE UNA REVISTA CULTURAL CON ENCARTES DE MAPAS SOBRE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS DE LA PARROQUIA SANTIAGO UBICADA AL NORESTE DE LA CIUDAD DE LOJA PARA FOMENTAR EL TURISMO NACIONAL EN LA ZONA.

CAPÍTULO V

La Propuesta

5.01 Antecedentes de la herramienta del perfil de la propuesta.

Diseño

Etimológicamente proviene del termino italiano *disegno* dibujo, designio, signare, signado "lo por venir". El porvenir visión representada gráficamente del futuro, lo hecho es la obra, lo por hacer es el proyecto, el acto de diseñar como prefiguración es el proceso previo en la búsqueda de una solución o conjunto de las mismas.

El diseño es un proceso estético correspondiente al arte dándole una función o solución a un problema.

La acción de diseñar es ordenar elementos estructurales y formales dando significantes al objeto o mensaje relacionándolo con la cultura o contexto social. Además se refiere a la creación o desarrollo de un objeto o medio.

Diseñar es un trabajo complejo, dinámico e intrincado ya que se requiere de ciertos elementos técnicos, sociales y económicos, necesidades biológicas, ergonomía con efectos psicológicos y materiales, forma, color, volumen y espacio.

La conceptualización actual del diseño.

Hoy en día el diseño es un término empleado de manera errónea por la superficialidad que se la trabajaba en los 80's por ejemplo: "mucho diseño y poco contenido" son comunes incluso en prensa, televisión.

El diseño es la organización de materiales y procesos de la forma más productiva, en un sentido económico, con un equilibrado balance de todos los elementos necesarios para cumplir una función. No es una limpieza de la fachada, o una nueva apariencia externa; más bien es la esencia de productos e instituciones. (Moholy-Nagy, 1895-1946)

El Diseño es una actividad que se relaciona con las nociones de creatividad, fantasía, inventiva e innovación técnica predominando (erróneamente) muy a menudo entre el público la idea de que el proceso de Diseño es una especie de acto de creación de tal modo que el denominado “nuevo Diseño”, tanto tradicional como experimentalmente, está subordinado al talento del artista. (Bernhard E. Bürdek)

Fases del proceso del diseño

El proceso de diseñar requiere las siguientes fases:

1. *Observar y analizar* el medio de desenvolvimiento del ser humano para descubrir necesidades.
2. *Evaluar*, cuales son las necesidades identificadas.
3. *Planear y proyectar* la forma de solucionar este problema o necesidad ya sea por medio de planos y maquetas para descubrir la posibilidad y viabilidad de lo planteado
4. *Ver, construir y ejecutar* llevando a la vida real la idea inicial.

Tomado de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o>

El diseño tiene una amplia variedad de ramas entre las cuales se destacan las siguientes:

* Diseño Arquitectónico: es aquel que planea y proyecta espacios habitacionales para el ser humano.

* Diseño Industrial: actividad que se encarga de diseñar productos seriados y/o industriales que va desde una tuerca hasta carrocerías y herramientas de trabajo industrial.

https://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o_industrial

Tomás Maldonado de 1961 que es una de las definiciones más generalmente aceptada y además avalada por el ICSID (Internacional Council of Societies of Industrial Design) en la cual consta lo siguiente:

“El Diseño Industrial es una actividad proyectual que consiste en determinar las propiedades formales de los objetos producidos industrialmente. Por propiedades formales no hay que entender tan sólo las características exteriores, sino, sobre todo, las relaciones funcionales y estructurales que hacen que un objeto tenga una unidad coherente desde un punto de vista tanto del productor como del usuario, puesto que, mientras la preocupación exclusiva por los rasgos exteriores de un objeto determinado conlleva el deseo de hacerlo aparecer más atractivo o también disimular sus debilidades constitutivas, las propiedades formales de un objeto son siempre el resultado de la integración de factores diversos, tanto si son de tipo funcional, cultural, tecnológico o económico.”

Diseño de Modas: consisten en el diseño y elaboración de prendas de vestir y accesorios así como ropa, calzado, bisutería etc.

Diseño Gráfico: que consiste en concebir y configurar mensajes visuales para transmitirlos a determinados grupos objetivos ya sea sociales, económicos o culturales.

Para realizar artes gráficas obviamente requiere conocimientos previos así como fundamentación de diseño, teoría del color y la aplicación de formas. “Es una disciplina creativa de artes visuales que engloba entre otros ámbitos la dirección artística, la tipografía, la composición de textos y las tecnologías de la información.” (Ambrose y Harris, 2009, pág. 12).

Funciones

El diseño gráfico tiene que ser:

- Comunicativo: El mensaje gráfico y textual debe ser claro y legible
- Persuasivo: Para influir sobre el grupo objetivo
- Constructivo: Proceso creativo para interpretar la realidad mediante la construcción de mensajes visuales
- Didáctico: Debe tener relación con fines educativos y docentes
- Estético: los elementos principales son forma y función

http://www.cesfelipesecondo.com/titulaciones/bellasartes/temarios/Diseno_Grafico_1/Qu%E9%20es%20el%20dise%F1o.pdf

El diseño gráfico se subdivide en:

Diseño Corporativo: para definir este concepto se debe especificar tres puntos importantes así como la definición de según la página Fotonostora:

- Corporativo “equivalente a asociado, colectivo, igual... Es un conjunto de elementos unificados entre ellos. Es decir, todos ellos crean una unidad total.”

- Identidad corporativa: “Es todo el conjunto de unidad e igualdad entre todos los elementos que constituyen una empresa. Es la unidad entre su perfil interior y exterior.”

-Diseño corporativo: “Definimos como diseño corporativo la representación física del concepto, la idea y el conjunto de unidad. El diseño gráfico es el que se encarga de transmitir la visión de una empresa a través de sus productos e imagen corporativa.”

La identidad corporativa es lo más importante a la hora de dotar de personalidad a tu empresa mediante la creación de logotipos, marcas con formas y cromática. A través de ella, toda compañía se define a sí misma, siendo de vital importancia utilizar un diseño que realmente transmita los valores que la hacen única y diferente a todas las demás.

Diseño Publicitario: Fotonostira lo define como: “El diseño publicitario comprende la creación, maquetación y diseño de publicaciones impresas, tales como revistas, periódicos, libros, flyers, trípticos, etc. y también el soporte para otros medios visuales, tales como la televisión o internet”

Todo lo referente a la publicidad como la creación de artes a partir de una estrategia creativa, de ahí sus derivaciones así como afiches, carteles, flyers publicitarios, etc.

Diseño Digital: Según la Universidad Regiomontana (2010) comenta que: “Es la disciplina que posibilita comunicar visualmente informaciones hechos, ideas y valores útiles al hombre mediante una actividad en la cual se procesan sintetizando factores sociales, culturales, perceptivos, estéticos, tecnológicos y ambientales para obtener formas visuales auténticamente comunicantes”

Diseño Fotográfico: Según July Sanchez, “Es una introducción a la metodología del diseño creativo de imágenes fotográficas. En una época saturada por la fotografía,

además muestra cómo el conocimiento de los principios del diseño puede añadir valor y un mayor nivel de profundidad a las imágenes.”

Diseño Editorial: Según Alejandra Almirón Cartier “El diseño editorial es la rama del diseño gráfico que se especializa en la maquetación y composición de distintas publicaciones tales como libros, revistas o periódicos.”

Diseño Editorial

Antecedentes:

El diseño editorial se desarrolló a partir del Renacimiento a mediados del siglo XV con la invención de la imprenta por parte de Johansson Gutenberg con el uso de tipos. Los libros en ese entonces eran escritos por los monjes y esto hizo que aumentara su producción y por los cuales dio cabida a la creación de las universidades.

Anteriormente se usaba la “grilla o retícula editorial” la cual es la organización de un pliego teniendo en cuenta los márgenes, columnas y la zona para imprimir. La cual con el apareamiento de la escuela alemán de diseño Bauhaus fundada en 1919 experimentando el uso asimétrico de la retícula.

El manejo de estas era complejo que hubo que esperar hasta los años 80’s para el apareamiento de un manual sobre grillas “Sistema de Grillas”. Para entonces Postscript y Macintosh desarrollaron programas para el diseño editorial para la facilitar el trabajo de los diseñadores los formatos de las publicaciones. “El diseño editorial tiene un objetivo permanente: diseñar una adecuada jerárquica visual de la información puntuada por tratamientos gráficos llamativos” (Gomez-palaciao y Vit, 2001, pág.38)

Importancia:

En la actualidad las personas presentan enormes estímulos visuales, el diseño editorial es importante para que el lector se convierta en un comprador real. Cada parte de las publicaciones deben ser manejadas con tal precisión para ser persuasiva con su diseño sobretodo la parte externa, la presentación de esta debe ser perfecta. Para la realización del diseño exterior debe no causar confusión al lector, debe ser legible y concreto así como también se debe hacer un análisis previo del grupo objetivo al cual es dirigido.

Etapas del diseño editorial

- Creación: observar el contenido de la publicación.
- Edición: observar para corregir el contenido y adaptarlo a la imagen a la cual queremos transmitir el mensaje.
- Diseño: determinación de espacios como el tamaño y proporción.
- Producción: Observación del resultado final

Diseño editorial en la actualidad

En la actualidad el avance de la tecnología también ha sido de vital importancia para el diseño editorial, ya que tiene soportes diferentes.

Anteriormente se veía como la tala indiscriminada de árboles y otros cultivos se veían afectados para la producción de distintos tipos de papeles, pero ahora tomando consciencia con la naturaleza se ha optado por hacerlo digital, así como los e-book o e-papers entre otros, así de a poco va quedando atrás la producción de publicaciones en

forma masiva, y los que aún se imprimen han determinado utilizar materiales de reciclaje siendo así amigables con el medio ambiente.

<https://mx.answers.yahoo.com/question/index?qid=20100411112818AAWmRXX/>

<http://alejandralmiron.fullblog.com.ar/disenio-editorial.html>

https://elblogdelalicyennyhdez.files.wordpress.com/2012/01/elementosde_pdf.pdf

La revista

Etimológicamente revista proviene de las raíces latinas “re” y “vistus” y significa volver a ver, o volver a ser visto.

Entre 1663 y 1668 aparece la publicación alemana: "Erbauliche Monats-Unterredungen" (Discusiones Mensuales Edificantes) que se destaca entre las primeras revistas. Estas publicaciones entregaban datos útiles como el clima, comunicaciones temas informativos y temas de interés general, acompañadas de críticas sociales dependiendo del tipo de revista, con el fin de amenizar el ocio y entretenimiento del lector.

La Enciclopedia Británica las define como: "una colección de textos (ensayos, artículos, reportajes, poemas), muchas veces ilustradas".

Wikipedia lo define como: “una publicación de aparición periódica, a intervalos mayores a un día” la cual nos ofrece *noticias* de actualidad, las revistas ofrecen una revisión precisa de los sucesos, ya sea de índole general o un tema en específico. Su contenido así como sus terminados gráficos son de mayor calidad que el periódico, por ende su costo es superior.

Las publicaciones pueden ser semanales, mensuales, anuales, dependiendo del tema que se especializa, pueden ser impresas en blanco y negro y a color, aunque generalmente sus impresiones son de alta calidad a full color.

<http://espacioliterario.obolog.es/revistar-239126>

<https://es.wikipedia.org/wiki/Revista>

Características:

Selectividad del Target: Las revistas siempre van dirigidas a un grupo objetivo definido todo depende del género de la misma.

Larga Vida: Es el tiempo de publicación, cada qué periodo será la próxima circulación pueden ser: semanal, quincenal, mensuales o con periodos más largos por lo tanto la vigencia es hasta la próxima publicación.

Tiempo de lectura: El lector decide el momento y tiempo de lectura.

Lugar de lectura: Por la facilidad de traslado se puede encontrar este medio en cualquier lugar sobre todo en donde se cuente con tiempo libre.

Medible: se puede medir el número del tiraje, la distribución y la composición de la audiencia.

Impresión: tienen una impresión de alta calidad.

<https://lahistoriadelosmedios.wordpress.com/2010/04/03/periodico-y-revista-caracteristicas/>

Importancia:

Es una herramienta poderosa para llevar información ya sea educativa, profesional, personal y/o comercial. Promoviendo el conocimiento científico cultura y de entretenimiento sobre tema particulares. Según la temática de la misma abarca temas de actualidad y otros que, aunque ya se han leído, siguen vigentes y transmiten información al lector.

<https://espanol.answers.yahoo.com/question/index?qid=20110420211431AADA7UI>

“Es importante que contenga muchos elementos de interés visual, trate de ir cambiando el ritmo es decir si una página es discreta y contiene mucho texto la siguiente tendría que ser más visual” (David D., 2005, pág. 102)

Funciones

La función de una revista es informar por su contenido en artículos informativos ya sea se análisis, entrevistas, opinión, historia entre otras y entretener por el uso de imágenes y artículos a nivel comercial o publicitario. Esto hace que se cree un vínculo con el lector

<https://mx.answers.yahoo.com/question/index?qid=20080110142225AAImdr7>

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ldf/saucedo_r_kl/capitulo1.pdf

La revista en la actualidad

Las nuevas publicaciones está llena de imágenes por ende atrae miradas definen y muestran el valor de la publicación, entre estas hay otras que se pierden ya que no llaman mucho la atención del lector. Una revista con el diseño debe persuadir al lector, lo determina el Dr. Husni (2001, pág. 8) “una revista tiene 2,5 segundos para llamar la

DISEÑO DE UNA REVISTA CULTURAL CON ENCARTES DE MAPAS SOBRE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS DE LA PARROQUIA SANTIAGO UBICADA AL NORESTE DE LA CIUDAD DE LOJA PARA FOMENTAR EL TURISMO NACIONAL EN LA ZONA.

atención del lector en el quiosco” ya que según Díaz de cada 10 revistas publicadas sobreviven 7.

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ldf/saucedo_r_kl/capitulo1.pdf

Partes de la revista

- Portada: es la parte principal de la revista ocupada principal por una imagen del tema central
- Retiro de portada
- Índice o sumario: resalta los artículos principales y las secciones fijas de la revista
- Editorial y créditos: aquí va opinión del director y obviamente del grupo editorial que hace la revista.
- Secciones fijas
- Artículos: son la parte medular de la estructura interna ya que aquí se describirá todo lo que se dice del título del artículo.
- Encartes: son insertos de las revistas
- Retira contraportada: muchas de las veces aquí tienen publicidad
- Contraportada: es el cierre de la revista.

<http://es.slideshare.net/tls02cv/diagramacion-de-revistas-4260712>

Tipos de revistas

Periodísticas: Principalmente estas revistas son escritas por periodistas reconocidos para ampliar información ya que tratan temas de política economía sociedad entre otros que trascurren durante un tiempo determinado (semanal o mensual, etc).

Ocio: como su nombre lo dice estas publicaciones son pasatiempos para el lector ya que generalmente su redacción es de temas cotidianos (moda, espectáculos, diseño, manualidades, entre otros), escritos con lenguaje coloquial e informal,

Científicas: Estas publicaciones deben ser totalmente subjetivas y que deben tener respaldos de ser aprobados por alguna comunidad científica, por la seriedad que requieren los temas así como avances o novedades tecnológicas, como medicina, psicología, farmacias o contenidos que hayan sido presentados en algún congreso llevado adelante entre otros. Además tiene tecnicismos en su redacción por lo cual son dirigidos a un grupo objetivo selecto. Ya que se abordan cuáles son las tendencias dentro del mundo de la investigación o se recomiendan textos o bibliografía que puede ser relevante o novedosa.

Gráficas: En estas publicaciones lo que predomina son las imágenes más que el texto, ya que con los colores y detalles de las imágenes muestra la calidad de impresión. Las revistas gráficas se dedican a temas de fotografía, dibujo, el arte en general y a las historietas.

Especializadas: Estas revistas abordan temas de forma profunda. Por lo tanto sus escritores tienen conocimientos profundos en la materia y por ende los lectores también deben tener nociones del tema. Dentro de esta categoría podemos encontrar revistas de autos, de computación, de motos, de psicología, negocios, tecnología o de educación, etc.

<http://www.tipos.co/tipos-de-revistas/>

Cultura

La Real Academia Española lo define como un “Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.”

Cultura todo lo que ha sido producido por la mente humana, así como las fiestas, creencias, gastronomía, política, modas, medios de convivencia, los actos humanitarios, etc. Todos éstos han surgido de la creación humana y de su manera de entender y vivir en una comunidad o un lugar determinado.

<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/cultura-concepto.html>

“Conjunto de elementos materiales e inmateriales (lengua ciencias, técnica, costumbres, valores y modelos de comportamiento), que, socialmente transmitidos y asimilados caracterizan a un determinado grupo humano con respecto a los otros” (Salvat, 1991, pág. 1105)

Encartes

La Real Academia Española lo define como “una hoja o fascículo, generalmente de propaganda, que se inserta en una publicación.”

Los encartes son principalmente utilizados dentro del ámbito publicitario, tanto a nivel gráfico como en medios electrónicos, que han ganado mucha trascendencia en el último tiempo. Ya que permite ser introducido o anexado en una edición como una revista o un diario.

Un encarte asegura un buen nivel de publicidad para el anunciante pero muchas de las veces el costo es elevado pero garantiza que el producto tenga una posición en el mercado.

<http://www.guiaimpresas.com/articulos/que-es-el-encartado>

Funciones:

- Permiten la segmentación geográfica
- Tienen un gran valor estético confiriendo a la marca una imagen de calidad. estético,
- Permiten destacar del resto de la publicación.
- Argumentan y exhiben un producto.

Presentación:

- En el interior de la publicación pueden ir sueltos o grapados.
- En la portada de la publicación a modo de falsas portadas
- Los encartes reciben su nombre por el número de hojas que tienen (dípticos trípticos,)

<http://blogparaestudiantesdepublicidad.blogspot.com/2015/02/que-es-encarte-diptico-triptico-cuatriptico.html>

5.02 Descripción de la herramienta.

Computadora: Una computadora es un dispositivo electrónico que procesar información a grandes velocidades utilizado para facilitar el trabajo humano. Según Javier Cinacchi computadora es: “Es un sistema electrónico rápido y exacto que manipula símbolos o datos que están diseñados para aceptar datos de entrada, procesarlos y producir salidas...”

Adobe CS6: Es un paquete de programas de diseño y otras funciones. La wikipedia lo conceptualiza como “Una suite de distintas aplicaciones en forma de talleres y estudios dotados de herramientas y funciones altamente profesionales creada y producida por Adobe Systems y que están dirigidas a la publicación impresa, publicación web, postproducción de video y dispositivos móviles.”

Adobe Ilustrador CS6: Programa desarrollado por Adobe dedicado al diseño vectorial.

Adobe Illustrator (AI) es un editor de gráficos vectoriales en forma de taller de arte que trabaja sobre un tablero de dibujo, conocido como «mesa de trabajo» y está destinado a la creación artística de dibujo y pintura para ilustración (ilustración como rama del arte digital aplicado a la ilustración técnica o el diseño gráfico, entre otros).

https://es.wikipedia.org/wiki/Adobe_Illustrator

Adobe InDesign CS6: según Emilio Romero

“**Adobe Indesign** es la aplicación número uno a nivel mundial para *diseño editorial*. Con esta aplicación se realiza proyectos sencillos como puede ser un flyer a color, blanco y negro, con texto, imágenes etc, y creaciones más complejas tales como

revistas, libros convencionales y electrónicos, periódicos entre otras muchas publicaciones.”

<http://revistadigital.inesem.es/disenio-y-artes-graficas/que-es-indesign-y-para-que-sirve/>

Adobe Photoshop CS6: “Es un editor de gráficos rasterizados desarrollado por Adobe. Usado principalmente para el retoque de fotografías y gráficos, su nombre en español significa literalmente "taller de fotos””

https://es.wikipedia.org/wiki/Adobe_Photoshop

Cámara fotográfica: Dispositivo electrónico para la captura de fotografías

“Es una caja oscura que deja pasar la luz el tiempo preciso para que la imagen enfocada a través del objetivo sea registrada por un sensor digital o una película.”

<http://www.thewebfoto.com/1-introduccion/103-que-es-una-camara-de-fotos>

Internet: “Podemos definir a Internet como una "red de redes", es decir, una red que no sólo interconecta computadoras, sino que interconecta redes de computadoras entre sí.” En una gran red de información de distintas temáticas.

http://www.cad.com.mx/que_es_internet.htm

Suministros de oficina: Conjunto de elementos utilizados para la realización de actividades académicas.

Guía de observación

Objetivos:

* Conocer cuál es el posicionamiento actual de la parroquia

Observar a los turistas llegar a la parroquia y preguntar por los diferentes atractivos del lugar.

Preguntar a los propietarios como son sus ingresos en un día normal y un día festivo

* Conocer que tipos de mensajes está en función a lo que es la parroquia

Observar el dialecto de los propietarios de los lugares

Observar que es lo que quieren difundir a través de su comportamiento de amabilidad, paciencia y cortesía con el cliente

* Observar que medios son más usados por los habitantes

Observar entre los moradores que dispositivos o medios de comunicación son mayormente usados

* Diseño e impresión de material gráfico para incremento del turismo en el sector

Observar en varios impresos formas de maquetación para la realización de la revista

Visualizar tendencias actuales de diseño

Cotizar y hacer pruebas previas para elegir el tipo de material adecuado

Encuestas

Estimado colaborador esta encuesta tiene como objetivo saber cómo es la actividad turística actual de la parroquia para la implementación de una revista cultural sobre los principales atractivos de la zona fomentando con ello el turismo nacional.

1- ¿Ud. cree que es útil implementar una revista turística de la parroquia?

Si _____ No _____

2- Marque ¿Qué lugares son mayormente frecuentados por los turistas?

LUGAR	✓
Estancia Alcivar	<input type="checkbox"/>
Piscícola Ordóñez	<input type="checkbox"/>
Parador San Antonio	<input type="checkbox"/>
Truchas Santiago	<input type="checkbox"/>
Cascadas de Minas	<input type="checkbox"/>
Piedra Bola	<input type="checkbox"/>
Otro lugar	<input type="checkbox"/>

3- ¿Los ingresos económicos han aumentado o disminuido en los últimos meses?

Aumentado _____ Disminuido _____

4- ¿Las rutas de acceso a las áreas recreativas o atractivo son claras y precisas?

Si _____ No _____

5- ¿Existe suficiente material informativo sobre la parroquia?

Si _____ No _____

6- ¿Ud cree que la publicidad y promociones que ofrecen las estancias es suficiente para darse a conocer?

Si _____ No _____

Gracias por su aporte!

Tabulación

1- ¿Ud. cree que es útil implementar una revista turística de la parroquia?

Si _____ No _____

Tabla # 09

Tabulación Pregunta 01

Conceptos válidos	Frecuencia	Porcentaje
Si	205	65%
No	110	35%
Total	315	100%

Elaborado por Isabel Ordóñez

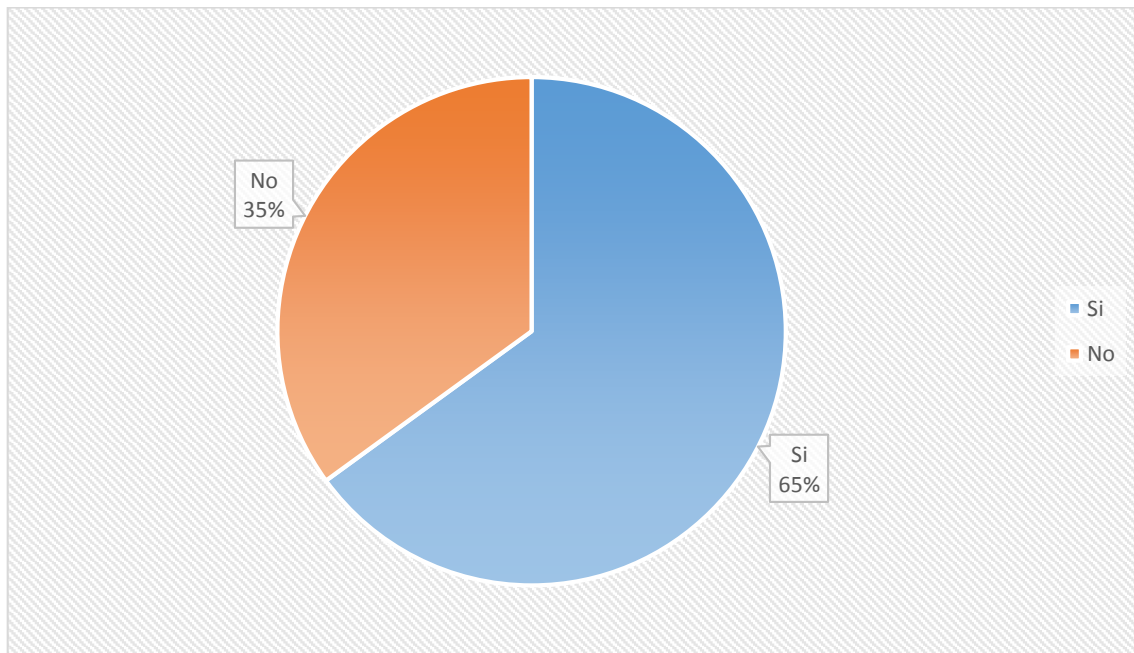


Gráfico # 02. Tabulación Pregunta 01. Elaborado por Isabel Ordóñez

Análisis: En una muestra de 315 habitantes, el 65% de los encuestados están de acuerdo en implementar una revista turística para la parroquia. Mientras que el 35% indican que no es necesario la implementación de la publicación.

De acuerdo al resultado obtenido se concluye que la mayoría de encuestados sienten la necesidad y están de acuerdo con la implementación de la revista.

2- Marque ¿Qué lugares son mayormente frecuentados por los turistas?

LUGAR	✓
Estancia Alcivar	
Piscícola Ordóñez	
Parador San Antonio	
Truchas Santiago	
Cascadas de Minas	
Piedra Bola	
Otro lugar	

Tabla # 10

Tabulación Pregunta 02

Conceptos Válidos	Frecuencia	Porcentaje
Estancia Alcivar	115	37 %
Piscícola Ordóñez	74	23 %
Parador San Antonio	65	20 %
Truchas Santiago	23	7 %
Cascadas De Minas	8	3 %
Piedra Bola	5	2 %
Otro Lugar	25	8 %
Total	315	100%

Elaborado por Isabel Ordóñez

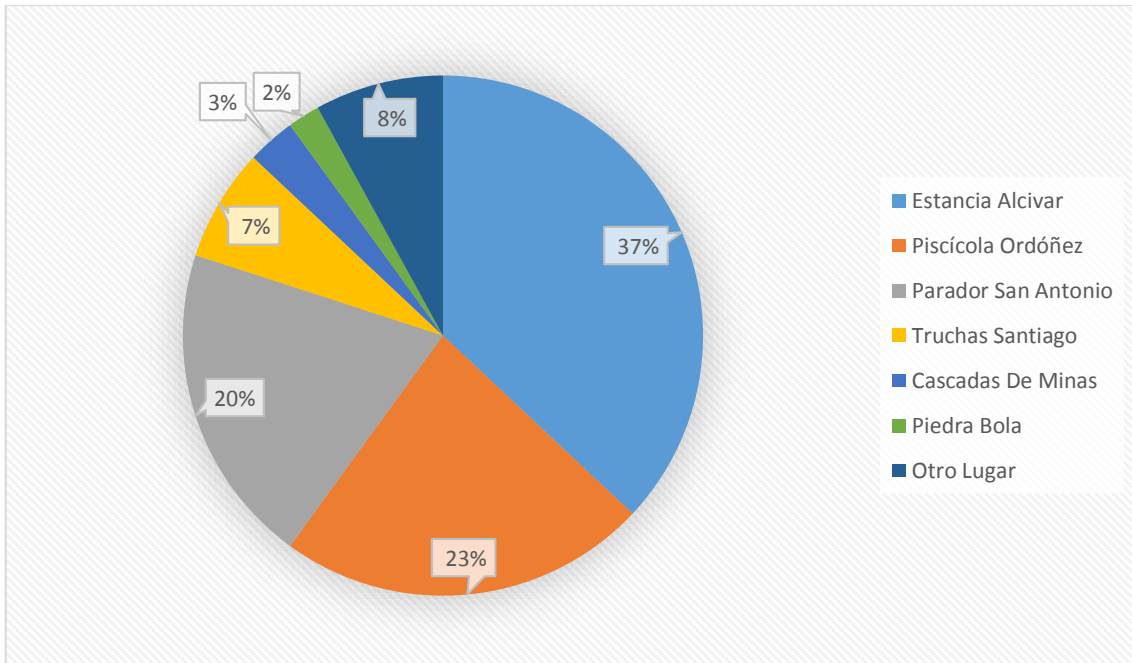


Gráfico # 03. Tabulación Pregunta 02. Elaborado por Isabel Ordóñez

Análisis: En una muestra de 315 habitantes, se indica los siguientes resultados: la Estancia Alcivar cuenta con el 37% de visitas, Piscícola Ordoñez 23%, Parador San Antonio 20%, Truchas Santiago 7%, Cascadas las minas 3%, Piedra Bola 2%, y a otros lugares es visitado por un 8%.

De acuerdo al resultado obtenido se concluye que los lugares mayormente frecuentados por los turistas son: La Estancia Alcivar, Piscícola Ordoñez y El Parador San Antonio, por lo que los demás lugares deben fortalecer su publicidad.

3- ¿Los ingresos económicos han aumentado o disminuido en los últimos meses?

Aumentado _____ Disminuido _____

Tabla # 11

Tabulación Pregunta 03

Conceptos Válidos	Frecuencia	Porcentaje
Aumentado	85	27 %
Disminuido	230	73 %
Total	315	100%

Elaborado por Isabel Ordóñez

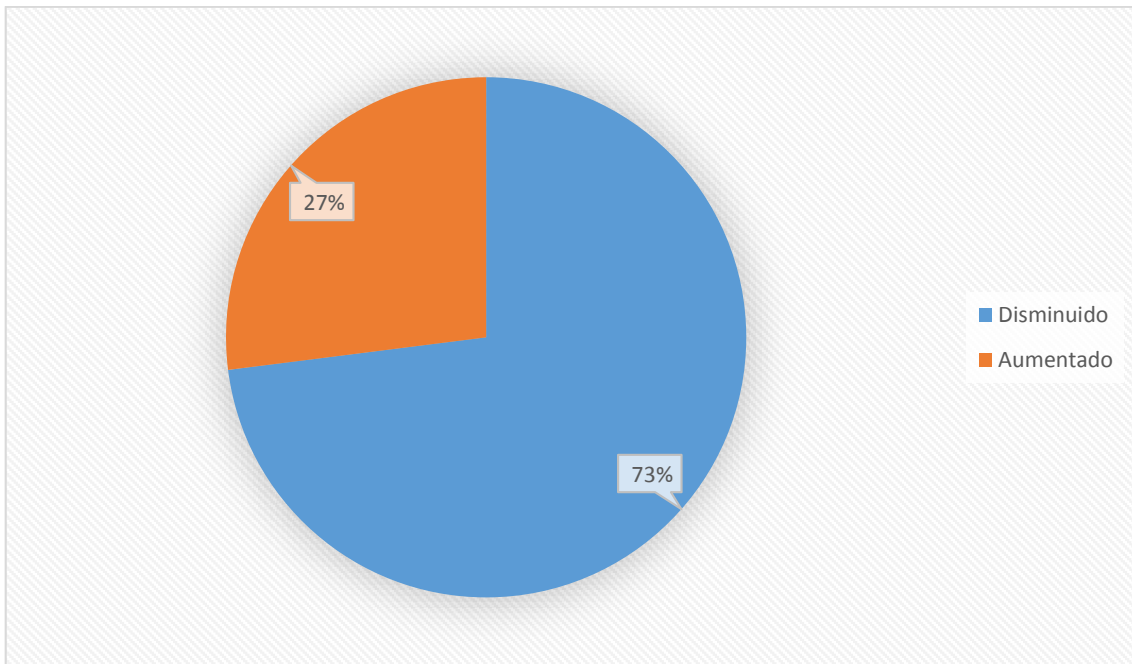


Gráfico # 04. Tabulación Pregunta 03. Elaborado por Isabel Ordóñez

Análisis: En una muestra de 315 habitantes, el 73% de los encuestados indica que los ingresos económicos han disminuido mientras que el 27% indica que ha aumentado.

Por lo tanto se concluye que los ingresos económicos han disminuido principalmente por la poca afluencia turística.

4- ¿Las rutas de acceso a las áreas recreativas o atractivo son claras y precisas?

Sí _____ No _____

Tabla # 12

Tabulación Pregunta 04

Conceptos Válidos	Frecuencia	Porcentaje
Si	35	11 %
No	280	89 %
Total	315	100%

Elaborado por Isabel Ordóñez

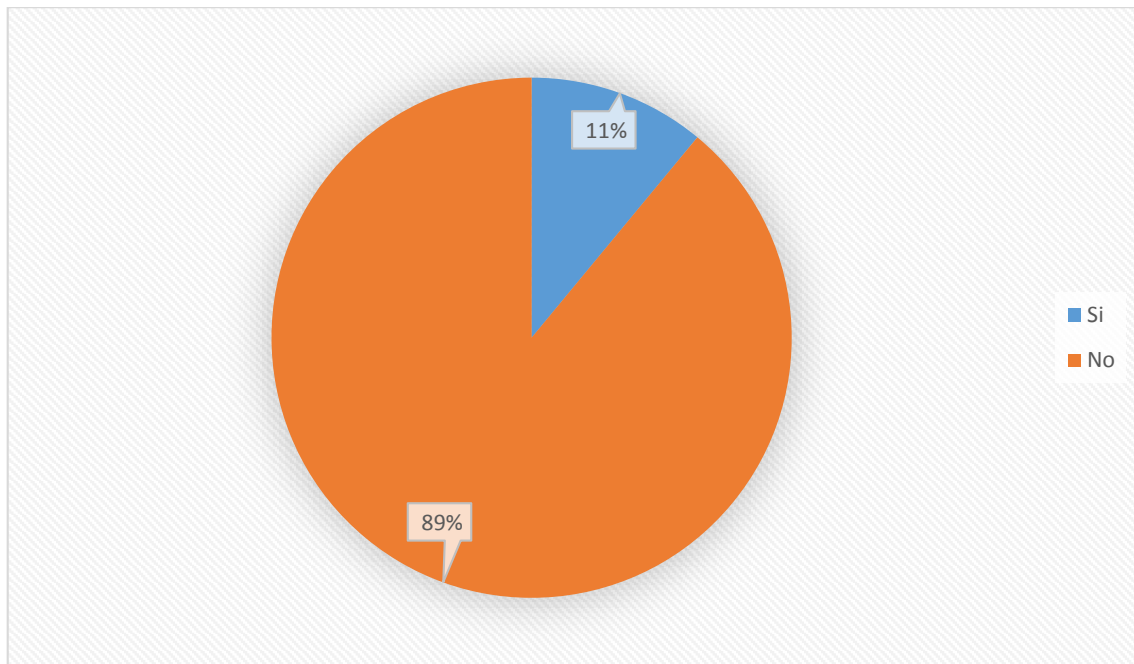


Gráfico # 05. Tabulación Pregunta 04. Elaborado por Isabel Ordóñez

Análisis: En una muestra de 315 habitantes, solamente el 11% de los encuestados indican que las rutas son claras y precisas mientras que el 89% de los encuestados indican que no lo son.

Por lo tanto debe implementar material gráfico para indicar las rutas de los accesos a las áreas turísticas.

5- ¿Existe suficiente material informativo sobre la parroquia?

Si _____ No _____

Tabla # 13

Tabulación Pregunta 05

Conceptos Válidos	Frecuencia	Porcentaje
Si	65	21 %
No	250	79 %
Total	315	100%

Elaborado por Isabel Ordóñez.

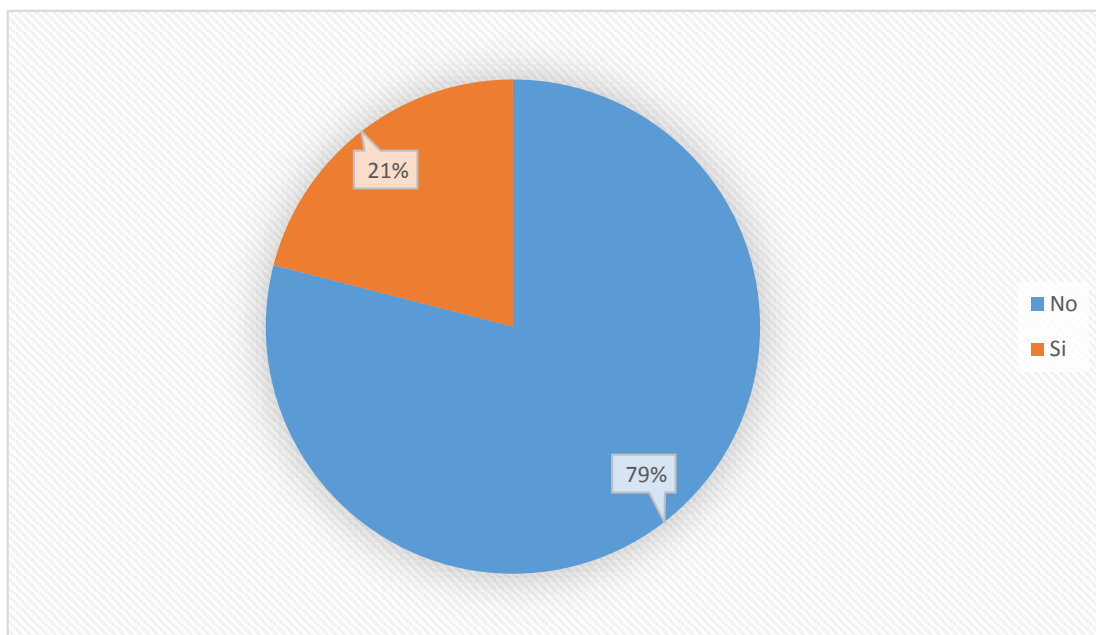


Gráfico # 06. Tabulación Pregunta 05. Elaborado por Isabel Ordóñez

Análisis: En una muestra de 315 habitantes, el 21% de los encuestados indican hay material informativo suficiente en el lugar mientras que el 79% lo precisa que no.

Por lo tanto se determina que se debe implementar material informativo atractivo e innovador para incrementar los conocimientos del turista nacional.

6- ¿Ud cree que la publicidad y promociones que ofrecen las estancias es suficiente para darse a conocer?

Si _____ No _____

Tabla # 14

Tabulación Pregunta 06

Conceptos Válidos	Frecuencia	Porcentaje
Si	31	10 %
No	284	90 %
Total	315	100%

Elaborado por Isabel Ordóñez

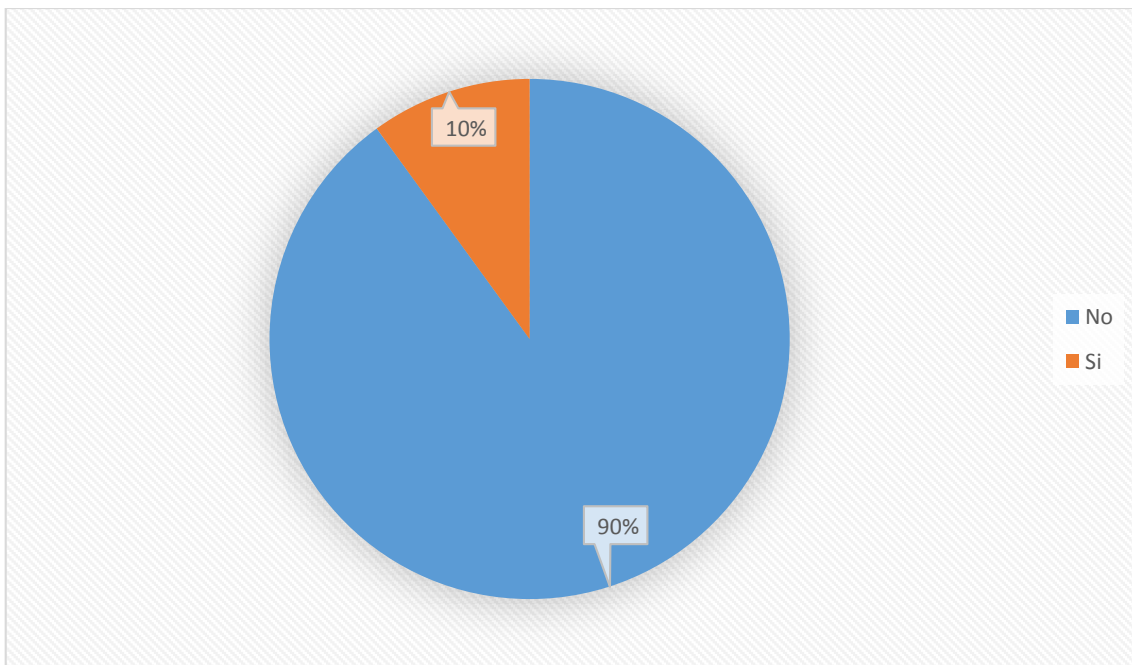


Gráfico # 07. Tabulación Pregunta 06. Elaborado por Isabel Ordóñez

Análisis: En una muestra de 315 habitantes, el 10% de los encuestados indican que la publicidad de las estancias es suficiente pero el 90% lo precisa que no.

Por lo tanto se determina que se las estancias deben trabajar más en el área publicitaria y promocional.

5.03 Formulación del proceso de aplicación.

Computadora: la computadora a utilizarse será una Toshiba Core i7 para la realización del proyecto. La cual cuenta con características apropiadas para el soporte del paquete de programas a usarse.

Adobe Ilustrador CS6: Este programa será utilizado para la realización de vectores que se requiere para la maquetación de la revista. Así como también el diseño del logotipo de la revista.

Adobe InDesign CS6: Este programa será fundamental para el desarrollo de este proyecto ya que será donde se maquetara directamente la revista.

Adobe Photoshop CS6: En este programa se manipulara y editara las imágenes y fotografías que se utilizarán en el diseño de la revista.

Cámara fotográfica: la utilización de este dispositivo digital será para la captura de imágenes y paisajes de la zona que irán en la revista

Internet: la red mundial será utilizada para la búsqueda de información que complementará a la revista

Suministros de oficina: Los suministros así como hojas, bolígrafos, lápices son utilizados para bocetos de gráficos, recolección de información y diagramación de la revista (machote).

Diseño Editorial

5.03.01 Planificación.

5.03.01.01 Propósito del Proyecto.

Implementar información adecuada sobre los atractivos de la parroquia hacia el turismo nacional.

5.03.01.02 Tipo de Publicación.

Para el presente proyecto se implementara una revista de tipo cultural en donde se tratara temas culturales y turísticos de la zona

5.03.01.03 Temática.

En el presente proyecto la temática que se utilizara para la revista será cultural, ya que se mostrara costumbres, gastronomía, actividades económicas, atractivos turísticos, entre otros, de la parroquia Santiago dirigido a los turistas nacionales

5.03.01.04 Formato.

Se realizará en formato A4

5.03.01.05 Número de páginas.

La publicación tendrá 56 páginas sin contar la portada y contraportada de la publicación.

5.03.02 Desarrollo.

5.03.02.01 Mapa de contenido.

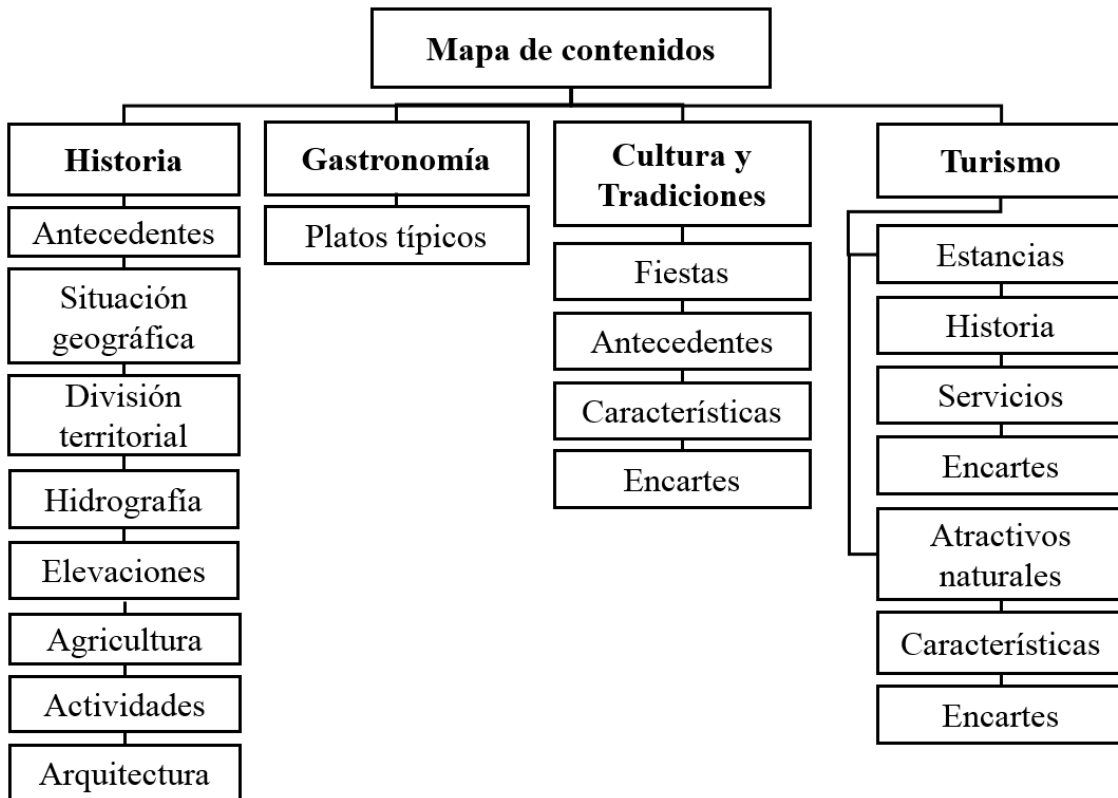


Figura # 06. Mapa de contenidos. Elaborado por Isabel Ordóñez


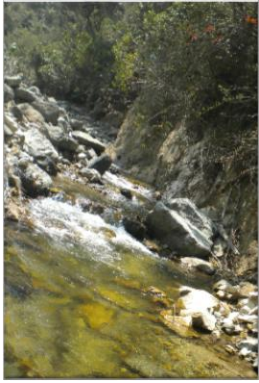


5.03.02 .02 Índice de Imágenes.






Tabla # 15.






Índice de imágenes


Título	Imagen	Descripción
Orquídea		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 21 cm x 24 cm Resolución: 300 PPI Posición: Vertical</p>
Flor Silvestre		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 18 cm x 9 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
Iglesia Central de Santiago		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 10 cm x 15 Resolución: 300 PPI Posición: Vertical</p>
Vista superior parroquia		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 42 cm x 21 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>






<p>Entrada a la Parroquia</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 9 cm x 7 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Cerro de Borma</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 9 cm x 7 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Vista superior del camino al cerro</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 15 cm x 5 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Entrada a la Parroquia</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 90 mm x 70mm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Rio Sauce</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 10 cm x 8 cm Resolución: 300 PPI Posición: Vertical</p>

<p>Rio Santiago</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 7 cm x 11 cm Resolución: 300 PPI Posición: Vertical</p>
<p>Rio Minas</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 7 cm x 11 cm Resolución: 300 PPI Posición: Vertical</p>
<p>Vista superior de la parroquia</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 7 cm x 10 cm Resolución: 300 PPI Posición: Vertical</p>
<p>El Salto</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 7 cm x 10 cm Resolución: 300 PPI Posición: Vertical</p>






<p>Pucapilar</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 9 cm x 7 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Árbol de reinas Claudias</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 17 cm x 14 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Arboles de manzanas</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 10 cm x 6 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Flor de durazno</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 10 cm x 7 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Limones dulces</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 10 cm x 80 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>

<p>Rosal</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 11 cm x 6 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Fumigación de arveja</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 10 cm x 6 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Cultivo de papas</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 10 cm x 7 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Cultivo de maíz</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 10 cm x 8 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Arando para la preparación de la tierra antes de sembrar</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 9 cm x 6 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>






<p>Tomate de árbol</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 5 cm x 9 cm Resolución: 300 PPI Posición: Vertical</p>
<p>Café</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 11 cm x 9 cm Resolución: 300 PPI Posición: Vertical</p>
<p>Plantas ornamentales</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 10 cm x 9 cm Resolución: 300 PPI Posición: Vertical</p>
<p>Orquídeas también llamadas flor de cristo en los tejados</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 10 cm x 9 cm Resolución: 300 PPI Posición: Vertical</p>

<p>Persona ordeñando</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 8cm x 6 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Persona desmontando</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 10 cm x 6 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Ganado caprino</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 8 cm x 7 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Casa de la plaza central</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 8 cm x 4 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Casa icono cultural de la parroquia</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 17 cm x 11 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>

<p>Proceso de construcción de una tapia</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 7 cm x 5 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Retablo principal de la Iglesia</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 7 cm x 10 cm Resolución: 300 PPI Posición: Vertical</p>
<p>Vista superior de la iglesia</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 17 cm x 11 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Órgano</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 8 cm x 6 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Capilla</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 7 cm x 6 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>


<p>Tenencia politica de la parroquia</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 7 cm x 6 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Choza de bahereque</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 8 cm x 7 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Casa de tapia en Paquisha</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 7 cm x 6 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Cerradura</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 7 cm x 6 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Iglesia</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 7 cm x 6 cm Resolución: 300 PPI Posición: Vertical</p>

<p>Parque Central</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 15 cm x 10 cm Resolución: 300 PPI Posición: Vertical</p>
<p>Retablo menor de la iglesia</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 8 cm x 6 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Plato típico mote con quesillo</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 7 cm x 6 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Humitas</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 7 cm x 5 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Trucha frita</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 7 cm x 5 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Caldo de gallina</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 17 cm x 11 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>


<p>Repe</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 7 cm x 66 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Miel con queso</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 8 cm x 5 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Tortillas de gualo</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 8 cm x 4 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Tamales</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 7 cm x 5 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Horchata</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 7 cm x 5 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>






Arroz de leche		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 7 cm x 6 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
Aguado		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 7 cm x 4 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
Sopa de sambo		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 7 cm x 4 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
Sango		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 7 cm x 5 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
Santísimo Sacramento		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 14 cm x 21 cm Resolución: 300 PPI Posición: Vertical</p>






<p>Convento Antiguo</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 16 cm x 7 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Señor de la Buena Esperanza</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 15 cm x 13 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Niña confirmándose</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 7 cm x 9 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Bautismo</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 7 cm x 10 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Señor de la Divina Misericordia</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 16 cm x 10 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>

<p>Señor de la Divina Misericordia</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 7 cm x 9 cm Resolución: 300 PPI Posición: Vertical</p>
<p>Juegos pirotécnicos</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 7 cm x 6 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Capilla del Señor de la Divina Misericordia</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 11 cm x 7 cm Resolución: 300 PPI Posición: Vertical</p>
<p>Representación de la producción</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 6 cm x 7 cm Resolución: 300 PPI Posición: Vertical</p>
<p>Candidatas para Reinas de la Fruta</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 15 cm x 10 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>

<p>Danza popular</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 15 cm x 8 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Subiendo a Tiura</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 15 cm x 9 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Devotos comiendo</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 8 cm x 6 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Cruz de Tiura</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 7 cm x 10 cm Resolución: 300 PPI Posición: Vertical</p>
<p>Imagen del Apóstol Santiago , Patrón de la Parroquia</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 7 cm x 8 cm Resolución: 300 PPI Posición: Vertical</p>






Niño Jesús		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 6 cm x 5 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
Compostura en la iglesia		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 15 cm x 7 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
Danza cultural		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 7 cm x 22 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
Pase del Niño		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 6 cm x 7 cm Resolución: 300 PPI Posición: Vertical</p>
Reyes Magos		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 15 cm x 8 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>

<p>Trucha arco iris</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 15 cm x 10 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Estancia Alcívar</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 16 cm x 12 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Criadero de truchas</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 15 cm x 11 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Criadero de truchas</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 7 cm x 6 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Antigüedades</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 6 cm x 12 cm Resolución: 300 PPI Posición: Vertical</p>

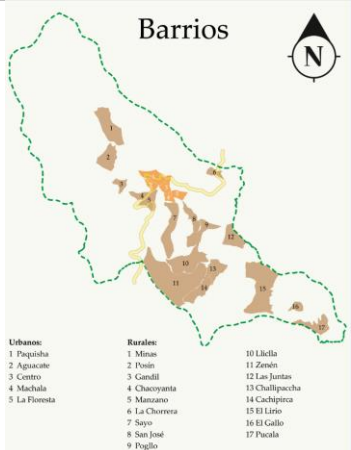

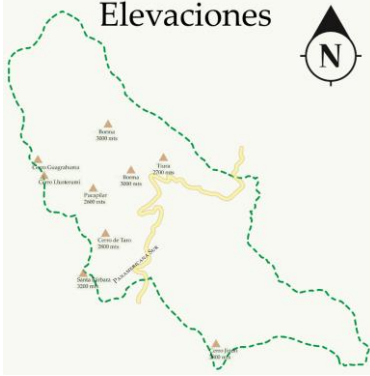
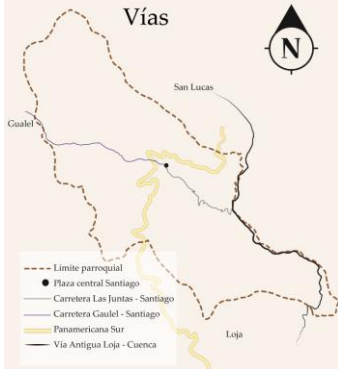
<p>Sombreros</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 8 cm x 7 cm Resolución: 300 PPI Posición: Vertical</p>
<p>Ollas de barro</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 9 cm x 5 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Trucha frita</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 6 cm x 5 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Repe</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 8 cm x 6 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Entrada a la Piscícola Ordóñez</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 15 cm x 11 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>

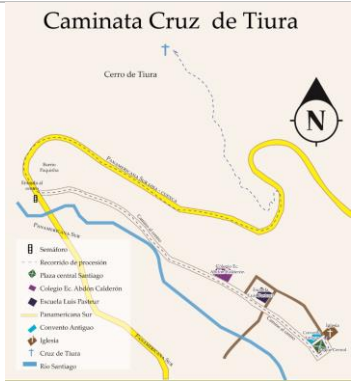

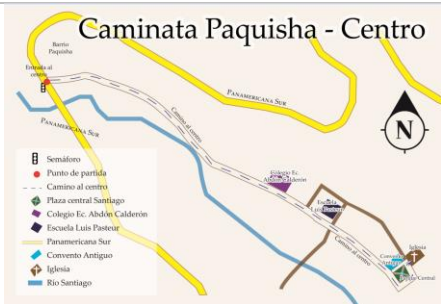


<p>Casa del árbol</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 7 cm x 9 cm Resolución: 300 PPI Posición: Vertical</p>
<p>Pisícola Ordóñez</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 15 cm x 10 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Entrada al Parador San Antonio</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 16 cm x 10 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Criaderos de trucha</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 7 cm x 5 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Restaurante Los Leños</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 16 cm x 8 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Truchas D'Santiago</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 15 cm x 8 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>

DISEÑO DE UNA REVISTA CULTURAL CON ENCARTES DE MAPAS SOBRE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS DE LA PARROQUIA SANTIAGO UBICADA AL NORESTE DE LA CIUDAD DE LOJA PARA FOMENTAR EL TURISMO NACIONAL EN LA ZONA.

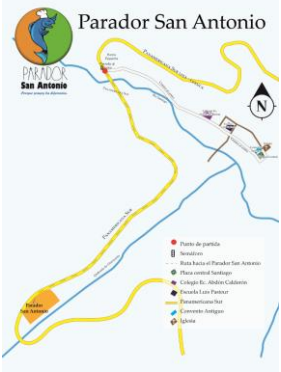


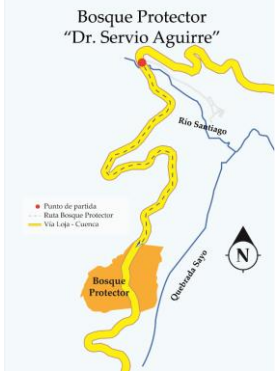
<p>Pescando</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 15 cm x 8 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Paisaje</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 21 cm x 29 cm Resolución: 300 PPI Posición: Vertical</p>
<p>Flor</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 8 cm x 11 cm Resolución: 300 PPI Posición: Vertical</p>
<p>Barrio centro</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 12 cm x 16 cm Resolución: 300 PPI Posición: Vertical</p>
<p>Encarte limites</p>	 <p>Límites</p> <p>Norte: Parroquias: - San Pablo de Tenta (cantón Saraguro) - San Lucas - Gualcel.</p> <p>Oeste: Parroquias: - Taquil - Chantaco - Chuquiribamba - Gualcel.</p> <p>Sur: Parroquias: - Jimbilla - El Valle</p> <p>Este: - Parroquia San Lucas</p>	<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 16 cm x 22 cm Resolución: 300 PPI Posición: Vertical</p>

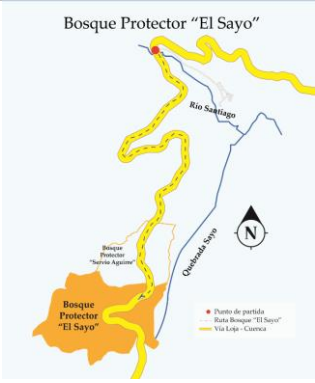
DISEÑO DE UNA REVISTA CULTURAL CON ENCARTES DE MAPAS SOBRE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS DE LA PARROQUIA SANTIAGO UBICADA AL NORESTE DE LA CIUDAD DE LOJA PARA FOMENTAR EL TURISMO NACIONAL EN LA ZONA.

<p>Encarte barrios</p>	 <p>Barrios</p> <p>Urbanos: 1 Paquisibón 2 Agacocite 3 Centro 4 Machala 5 La Floresta</p> <p>Rurales: 1 Minaes 2 Puañe 3 Gandil 4 Chacoyunta 5 Manzanao 6 La Chorrera 7 Sayo 8 San José 9 Pujilío</p> <p>10 Lliclla 11 Zónón 12 Las Juntas 13 Chollipaccha 14 Cachipicpa 15 El Lirio 16 El Gallo 17 Pucala</p>	<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 16 cm x 19 cm Resolución: 300 PPI Posición: Vertical</p>
<p>Encarte hidrografía</p>	 <p>Hidrografía</p>	<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 16 cm x 17 cm Resolución: 300 PPI Posición: Vertical</p>
<p>Encarte elevaciones</p>	 <p>Elevaciones</p>	<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 16 cm x 17 cm Resolución: 300 PPI Posición: Vertical</p>
<p>Encarte Vías</p>	 <p>Vías</p> <p>--- Límite parroquial ● Plaza central Santiago — Carretera Las Juntas - Santiago — Carretera Gualal - Santiago — Panamericana Sur — Vía Antigua Loja - Cuenca</p>	<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 16 cm x 19 cm Resolución: 300 PPI Posición: Vertical</p>

<p>Encarte caminata Cruz de Tiura</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 16 cm x 17 cm Resolución: 300 PPI Posición: Vertical</p>
<p>Encarte trayectoria Caminata Jindo - Santiago</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 16 cm x 22 cm Resolución: 300 PPI Posición: Vertical</p>
<p>Encarte entrada al centro</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 16 cm x 10 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Encarte ruta Estancia Alcívar</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 16 cm x 11 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>
<p>Encarte ruta Piscícola Ordóñez</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 16 cm x 11 cm Resolución: 300 PPI Posición: Horizontal</p>

DISEÑO DE UNA REVISTA CULTURAL CON ENCARTES DE MAPAS SOBRE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS DE LA PARROQUIA SANTIAGO UBICADA AL NORESTE DE LA CIUDAD DE LOJA PARA FOMENTAR EL TURISMO NACIONAL EN LA ZONA.

<p>Encarte ruta Parador San Antonio</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 16 cm x 22 cm Resolución: 300 PPI Posición: Vertical</p>
<p>Encarte ruta Restaurante Los Leños</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 17 cm x 11 cm Resolución: 300 PPI Posición: Vertical</p>
<p>Encarte Truchas D'Santiago</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 15 cm x 11 cm Resolución: 300 PPI Posición: Vertical</p>
<p>Encarte Bosque Protector “Dr. Servio Aguirre”</p>		<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 15 cm x 11 cm Resolución: 300 PPI Posición: Vertical</p>

<p>Encarte Bosque Protector “El Sayo”</p>	 <p>The map shows the geographical layout of the Bosque Protector "El Sayo". It features the Rio Santiago flowing through the area, with the Cumbre Sayo (mountain ridge) also visible. Key locations marked include Bosque Protector "Santa Agnes" and Bosque Protector "El Sayo". A red dot indicates the "Punto de partida" (starting point). A legend at the bottom right identifies the symbols: a red dot for "Punto de partida", a blue line for "Río Bosque 'El Sayo'", and a yellow line for "Vía Loja - Cuenca". A north arrow is also present.</p>	<p>Modo de color: CMKY Tamaño: 16 cm x 19 cm Resolución: 300 PPI Posición: Vertical</p>
---	--	---

Elaborado por Isabel Ordóñez.

5.03.02 .03 Estilos.

Tabla # 16.

Estilos

Estilos	Familia Tipografica	Características
Roboto Regular	<p>A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z</p> <p>a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z</p> <p>1 2 3 4 5 6 7 8 9 0</p> <p>¡ ! @ # \$ % & () _ + { } " < > ¿ ? / . , ; [] =</p>	<p>Numeración</p> <p>Textos jerárquicos</p>
Segoe Ui Symbol Regular	<p>A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z</p> <p>a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z</p> <p>1 2 3 4 5 6 7 8 9 0</p> <p>¡ ! @ # \$ % & () _ + { } " < > ¿ ? / . , ; [] =</p>	<p>Letra capital</p>
TW Cen MT Bold	<p>A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z</p> <p>a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z</p> <p>1 2 3 4 5 6 7 8 9 0</p> <p>¡ ! @ # \$ % & () _ + { } " < > ¿ ? / . , ; [] =</p>	<p>Sección en filetes</p> <p>Subtítulos</p>
TW Cen MT Regular	<p>A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z</p> <p>a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z</p> <p>1 2 3 4 5 6 7 8 9 0</p> <p>¡ ! @ # \$ % & () _ + { } " < > ¿ ? / . , ; [] =</p>	<p>Subtítulos</p>

Century Gothic Regular	<p>A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z</p> <p>a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z</p> <p>1 2 3 4 5 6 7 8 9 0</p> <p>¡ ! @ # \$ % & () _ + { } " < > ¿ ? / . , : ; [] =</p>	Párrafos
------------------------	--	----------

Century Gothic Bold Italic	<p><i>A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z</i></p> <p><i>a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z</i></p> <p><i>1 2 3 4 5 6 7 8 9 0</i></p> <p><i>¡ ! @ # \$ % & () _ + { } " < > ¿ ? / . , : ; [] =</i></p>	Subtema
----------------------------	--	---------

Palatino Linotype	<p>A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z</p> <p>a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z</p> <p>1 2 3 4 5 6 7 8 9 0</p> <p>¡ ! @ # \$ % & () _ + { } " < > ¿ ? / . , : ; [] =</p>	Mapas
-------------------	--	-------

Palatino Linotype Bold	<p>A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z</p> <p>a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z</p> <p>1 2 3 4 5 6 7 8 9 0</p> <p>¡ ! @ # \$ % & () _ + { } " < > ¿ ? / . , : ; [] =</p>	Mapas
------------------------	--	-------

Palatino Linotype Bold Italic	<p>A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z</p> <p><i>a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z</i></p>	Mapas
-------------------------------	---	-------

	1 2 3 4 5 6 7 8 9 0	
	¡ ! @ # \$ % & () _ + { } " < > ¿ ? / . , ; [] =	
Raavi Regular	A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z	Descripción de imagen Fuente de imagen
	1 2 3 4 5 6 7 8 9 0	
	¡ ! @ # \$ % & () _ + { } " < > ¿ ? / . , ; [] =	
Roboto Black	A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z	Textos jerárquicos
	1 2 3 4 5 6 7 8 9 0	
	¡ ! @ # \$ % & () _ + { } " < > ¿ ? / . , ; [] =	
Agency FB	A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z	Índice Párrafo Legal
	1 2 3 4 5 6 7 8 9 0	Carta Editorial
	¡ ! @ # \$ % & () _ + { } " < > ¿ ? / . , ; [] =	

Elaborado por Isabel Ordóñez

5.03.02 .04 Páginas Master o Retículas

Se ha realizado una retícula jerárquica de 2 columnas para lo cual se ha manejado de la siguiente manera:

Descripción:

Margen superior: 30 mm

Margen inferior: 30 mm

Margen externo: 20 mm

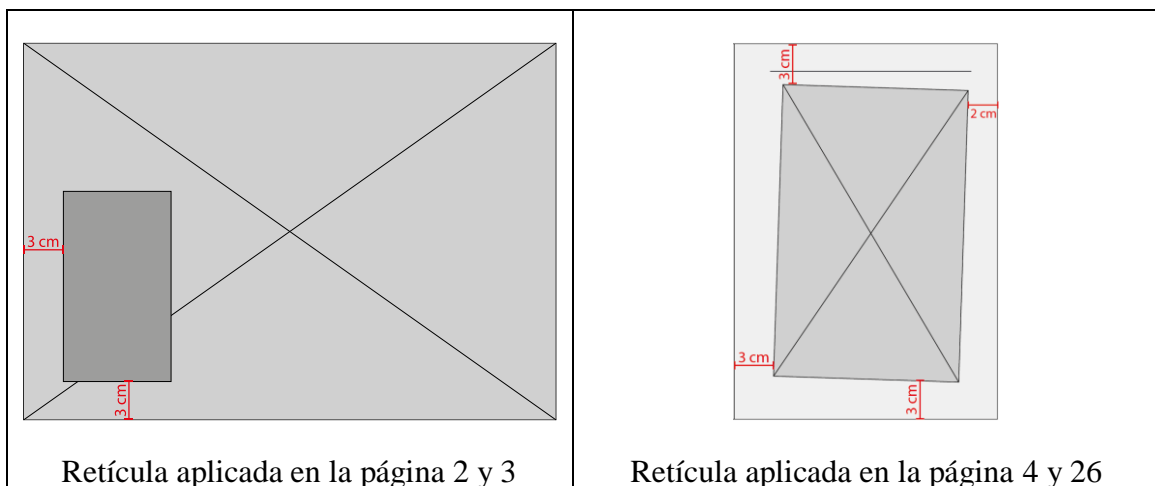
Margen interno: 30 mm

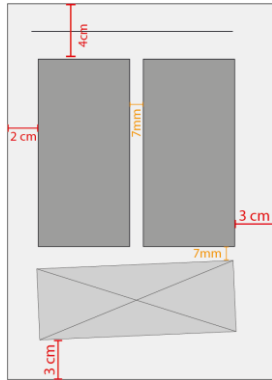
Columnas: 2 (76,1 mm ancho x 225 mm alto)

Medianil: 7 mm

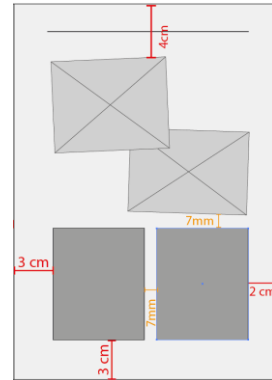
Tabla # 17

Páginas master o retículas

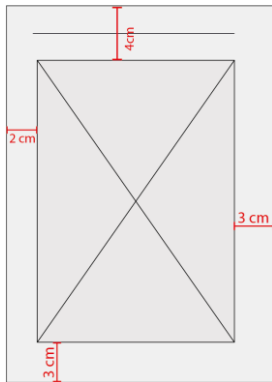




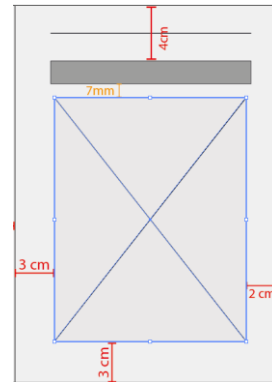
Retícula aplicada en la página 5 - 28 - 29
- 41 y 42



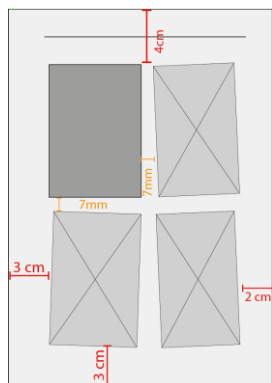
Retícula aplicada en la página 6



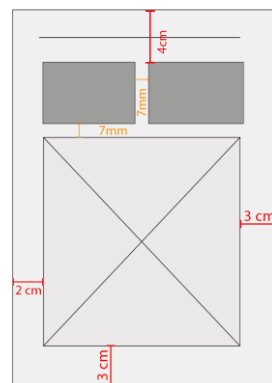
Retícula aplicada en la página 7 - 49 y 54



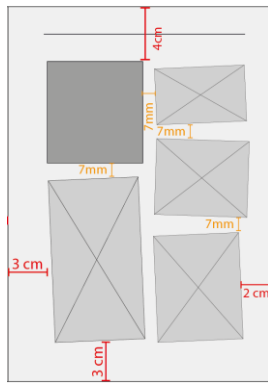
Retícula aplicada en la página 9 - 10 - 36 -
55



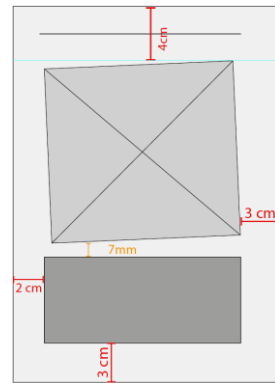
Retícula aplicada en la página 11 y 32



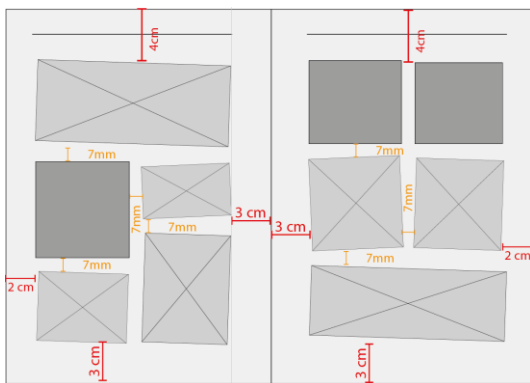
Retícula aplicada en la página 12 y 27



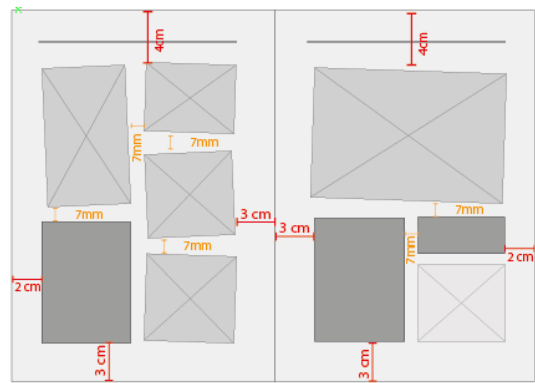
Retícula aplicada en la página 13 y 15



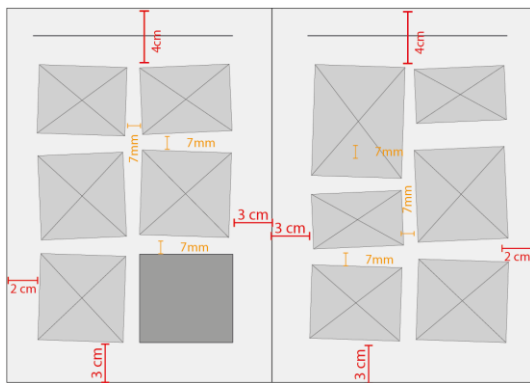
Retícula aplicada en la página 14



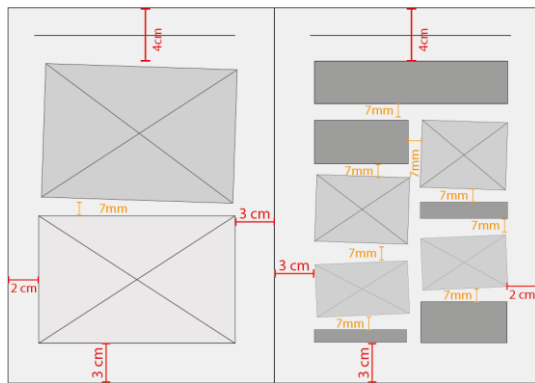
Retícula aplicada en la página 16 y 17



Retícula aplicada en la página 18 y 19

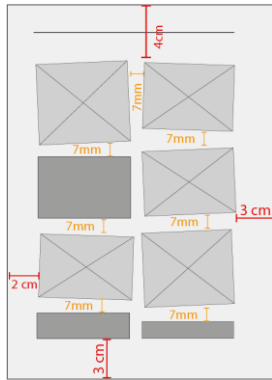


Retícula aplicada en la página 20 y 21

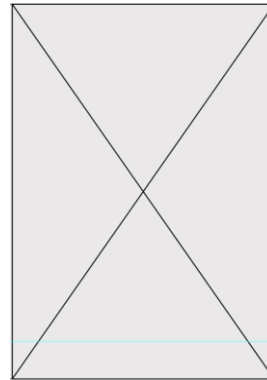


Retícula aplicada en la página 22 y 23

DISEÑO DE UNA REVISTA CULTURAL CON ENCARTES DE MAPAS SOBRE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS DE LA PARROQUIA SANTIAGO UBICADA AL NORESTE DE LA CIUDAD DE LOJA PARA FOMENTAR EL TURISMO NACIONAL EN LA ZONA.



Retícula aplicada en la página 24



Retícula aplicada en la página 56

Elaborado por Isabel Ordóñez

5.03.02 .05 Diagramación

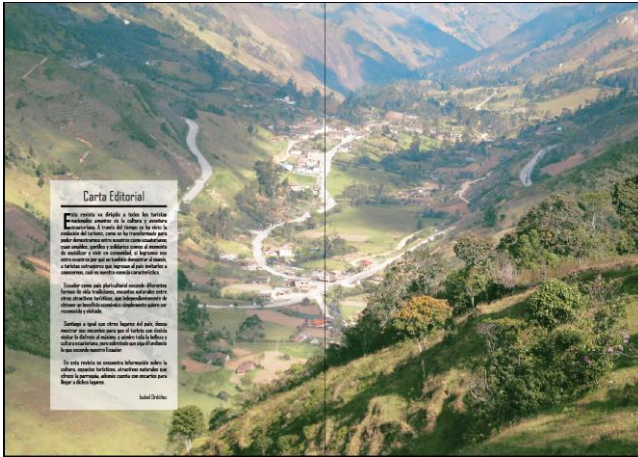


Gráfico # 08. Diagramación 01. Elaborado por Isabel Ordóñez

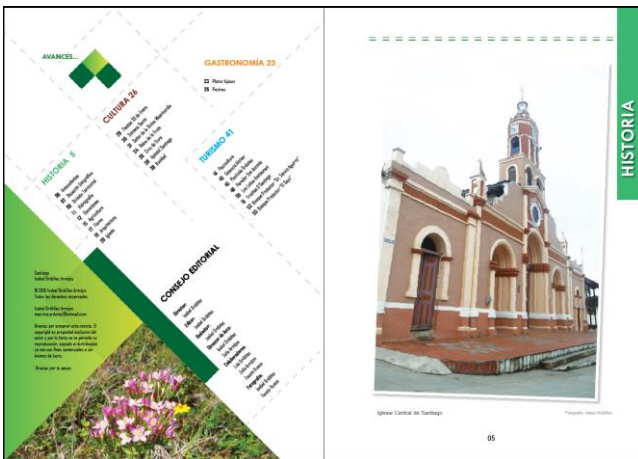


Gráfico # 09. Diagramación 02. Elaborado por Isabel Ordóñez



Gráfico # 10. Diagramación 03. Elaborado por Isabel Ordóñez

DISEÑO DE UNA REVISTA CULTURAL CON ENCARTES DE MAPAS SOBRE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS DE LA PARROQUIA SANTIAGO UBICADA AL NORESTE DE LA CIUDAD DE LOJA PARA FOMENTAR EL TURISMO NACIONAL EN LA ZONA.

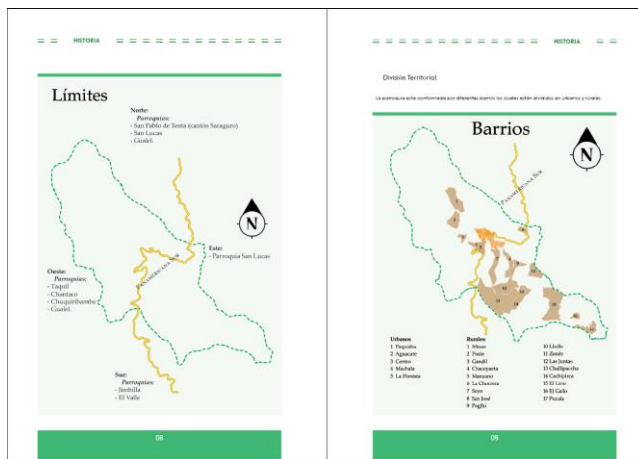


Gráfico # 11. Diagramación 04. Elaborado por Isabel Ordóñez



Gráfico #12. Diagramación 05. Elaborado por Isabel Ordóñez



Gráfico # 13. Diagramación 06. Elaborado por Isabel Ordóñez

DISEÑO DE UNA REVISTA CULTURAL CON ENCARTES DE MAPAS SOBRE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS DE LA PARROQUIA SANTIAGO UBICADA AL NORESTE DE LA CIUDAD DE LOJA PARA FOMENTAR EL TURISMO NACIONAL EN LA ZONA.



Gráfico # 14. Diagramación 07. Elaborado por Isabel Ordóñez



Gráfico # 15. Diagramación 08. Elaborado por Isabel Ordóñez



Gráfico # 16. Diagramación 09. Elaborado por Isabel Ordóñez

DISEÑO DE UNA REVISTA CULTURAL CON ENCARTES DE MAPAS SOBRE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS DE LA PARROQUIA SANTIAGO UBICADA AL NORESTE DE LA CIUDAD DE LOJA PARA FOMENTAR EL TURISMO NACIONAL EN LA ZONA.



Gráfico # 17. Diagramación 10. Elaborado por Isabel Ordóñez



Gráfico # 18. Diagramación 11. Elaborado por Isabel Ordóñez



Gráfico # 19. Diagramación 12. Elaborado por Isabel Ordóñez

DISEÑO DE UNA REVISTA CULTURAL CON ENCARTES DE MAPAS SOBRE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS DE LA PARROQUIA SANTIAGO UBICADA AL NORESTE DE LA CIUDAD DE LOJA PARA FOMENTAR EL TURISMO NACIONAL EN LA ZONA.



Gráfico # 20. Diagramación 13. Elaborado por Isabel Ordóñez



Gráfico # 21. Diagramación 14. Elaborado por Isabel Ordóñez



Gráfico # 22. Diagramación 15. Elaborado por Isabel Ordóñez

DISEÑO DE UNA REVISTA CULTURAL CON ENCARTES DE MAPAS SOBRE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS DE LA PARROQUIA SANTIAGO UBICADA AL NORESTE DE LA CIUDAD DE LOJA PARA FOMENTAR EL TURISMO NACIONAL EN LA ZONA.

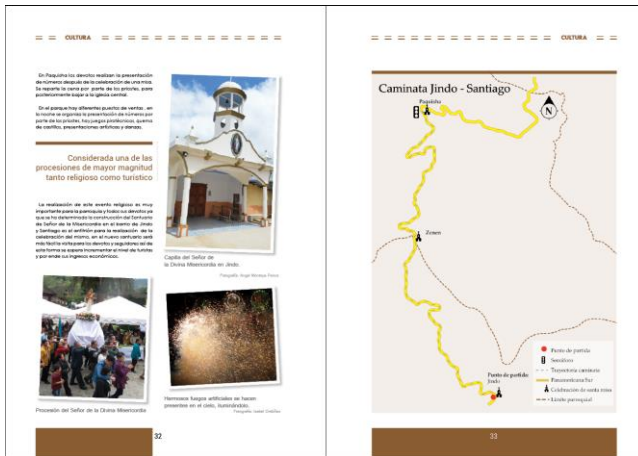


Gráfico # 23. Diagramación 16. Elaborado por Isabel Ordóñez

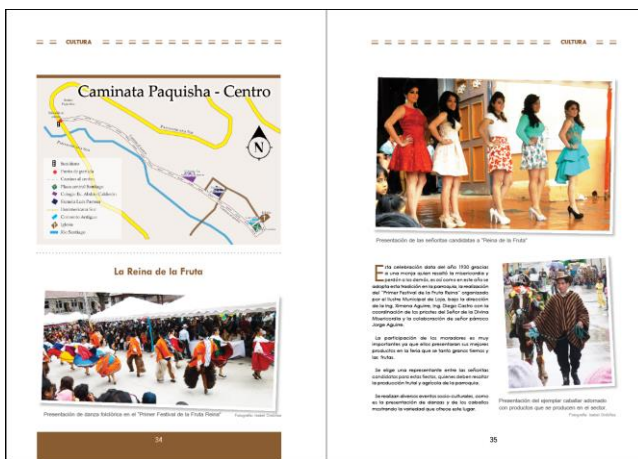


Gráfico # 24. Diagramación 17. Elaborado por Isabel Ordóñez

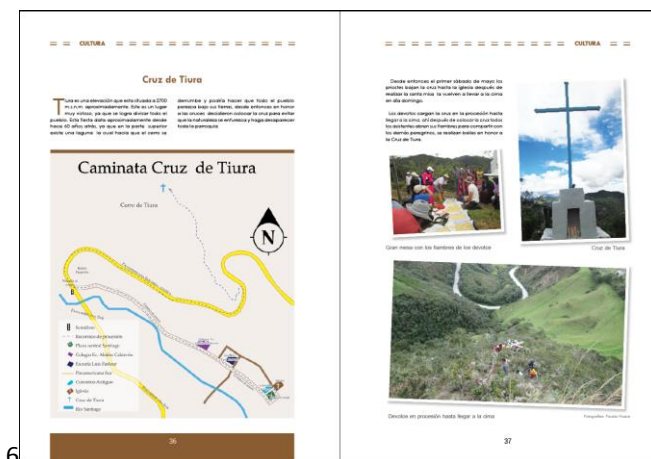


Gráfico # 25. Diagramación 18. Elaborado por Isabel Ordóñez

DISEÑO DE UNA REVISTA CULTURAL CON ENCARTES DE MAPAS SOBRE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS DE LA PARROQUIA SANTIAGO UBICADA AL NORESTE DE LA CIUDAD DE LOJA PARA FOMENTAR EL TURISMO NACIONAL EN LA ZONA.

CESTURA

Fiestas del Apóstol Santiago

Este evento se realiza el 22 de julio, en honor al Apóstol Santiago patrón de la parroquia.

Autocuidados

Se sabe que la patibularia tiene sus raíces en la zona de Loja, en el año 1520, por lo que los habitantes de esta parroquia, en honor al Apóstol Santiago, realizan esta actividad.

Al igual que los demás habitantes de esta parroquia se realiza en honor al Apóstol Santiago, el 22 de julio, en honor al Apóstol Santiago, patrón de la parroquia.



Navidad



Compartir en la Iglesia

Fotografía: Isabel Ordóñez

CESTURA

La Navidad es un de los eventos más importantes de la parroquia, ya que se celebra en honor al Apóstol Santiago, patrón de la parroquia.

El nacimiento del Redentor hace que se crea un ambiente de amor, fe y alegría que, además, a todos los habitantes de esta parroquia les gusta celebrar.

Los grupos de danza y música se preparan para celebrar la Navidad en honor al Apóstol Santiago.

Este evento cultural tiene un objetivo de promover la participación de todos los habitantes de esta parroquia, ya que se realiza en honor al Apóstol Santiago, patrón de la parroquia.

Este evento cultural tiene un objetivo de promover la participación de todos los habitantes de esta parroquia, ya que se realiza en honor al Apóstol Santiago, patrón de la parroquia.

**Navidad
algarabía y
devoción**

A partir del 22 de diciembre los niños reciben el espíritu de Navidad y se preparan para celebrar la Navidad en honor al Apóstol Santiago, patrón de la parroquia.

En la noche de Navidad se realiza la misa en honor al Apóstol Santiago, patrón de la parroquia, en la que todos los habitantes de esta parroquia participan con alegría y devoción.

En la noche de Navidad se realiza la misa en honor al Apóstol Santiago, patrón de la parroquia, en la que todos los habitantes de esta parroquia participan con alegría y devoción.



Fotografía: Isabel Ordóñez


Gráfico # 26. Diagramación 19. Elaborado por Isabel Ordóñez

CESTURA


El pueblo de Loja, como es conocido, es un pueblo que tiene una gran historia y una gran cultura.

Los habitantes de esta parroquia, en honor al Apóstol Santiago, realizan esta actividad.

Al igual que los demás habitantes de esta parroquia se realiza en honor al Apóstol Santiago, el 22 de julio, en honor al Apóstol Santiago, patrón de la parroquia.



Fotografía: Isabel Ordóñez



Danza cultural en honor al Apóstol Santiago


Fotografía: Isabel Ordóñez

TURISMO

El turismo es una actividad que se realiza en honor al Apóstol Santiago, patrón de la parroquia.

Los habitantes de esta parroquia, en honor al Apóstol Santiago, realizan esta actividad.

Al igual que los demás habitantes de esta parroquia se realiza en honor al Apóstol Santiago, el 22 de julio, en honor al Apóstol Santiago, patrón de la parroquia.



Fotografía: Isabel Ordóñez

Piscicultura

La piscicultura es una actividad que se realiza en honor al Apóstol Santiago, patrón de la parroquia.

Los habitantes de esta parroquia, en honor al Apóstol Santiago, realizan esta actividad.

Al igual que los demás habitantes de esta parroquia se realiza en honor al Apóstol Santiago, el 22 de julio, en honor al Apóstol Santiago, patrón de la parroquia.

Este evento cultural tiene un objetivo de promover la participación de todos los habitantes de esta parroquia, ya que se realiza en honor al Apóstol Santiago, patrón de la parroquia.

Gráfico # 27. Diagramación 20. Elaborado por Isabel Ordóñez

TURISMO

El turismo es una actividad que se realiza en honor al Apóstol Santiago, patrón de la parroquia.

Los habitantes de esta parroquia, en honor al Apóstol Santiago, realizan esta actividad.

Al igual que los demás habitantes de esta parroquia se realiza en honor al Apóstol Santiago, el 22 de julio, en honor al Apóstol Santiago, patrón de la parroquia.

Este evento cultural tiene un objetivo de promover la participación de todos los habitantes de esta parroquia, ya que se realiza en honor al Apóstol Santiago, patrón de la parroquia.

Productividad

La productividad es una actividad que se realiza en honor al Apóstol Santiago, patrón de la parroquia.

Los habitantes de esta parroquia, en honor al Apóstol Santiago, realizan esta actividad.

Al igual que los demás habitantes de esta parroquia se realiza en honor al Apóstol Santiago, el 22 de julio, en honor al Apóstol Santiago, patrón de la parroquia.



Cafetal de Frías

Fotografía: Isabel Ordóñez

TURISMO

**Vive momentos de aventura,
diversión y tranquilidad**



Fotografía: Isabel Ordóñez

Estancia Activer

La estancia Activer es una actividad que se realiza en honor al Apóstol Santiago, patrón de la parroquia.

Los habitantes de esta parroquia, en honor al Apóstol Santiago, realizan esta actividad.

Al igual que los demás habitantes de esta parroquia se realiza en honor al Apóstol Santiago, el 22 de julio, en honor al Apóstol Santiago, patrón de la parroquia.

Gráfico # 28. Diagramación 21. Elaborado por Isabel Ordóñez

DISEÑO DE UNA REVISTA CULTURAL CON ENCARTES DE MAPAS SOBRE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS DE LA PARROQUIA SANTIAGO UBICADA AL NORESTE DE LA CIUDAD DE LOJA PARA FOMENTAR EL TURISMO NACIONAL EN LA ZONA.



Gráfico # 29. Diagramación 22. Elaborado por Isabel Ordóñez



Gráfico # 30. Diagramación 23. Elaborado por Isabel Ordóñez



Gráfico # 31. Diagramación 24. Elaborado por Isabel Ordóñez

DISEÑO DE UNA REVISTA CULTURAL CON ENCARTES DE MAPAS SOBRE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS DE LA PARROQUIA SANTIAGO UBICADA AL NORESTE DE LA CIUDAD DE LOJA PARA FOMENTAR EL TURISMO NACIONAL EN LA ZONA.

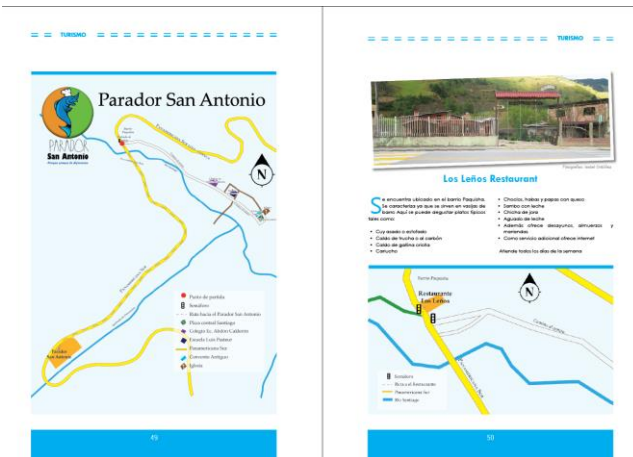


Gráfico # 32. Diagramación 25. Elaborado por Isabel Ordóñez



Gráfico # 33. Diagramación 26. Elaborado por Isabel Ordóñez

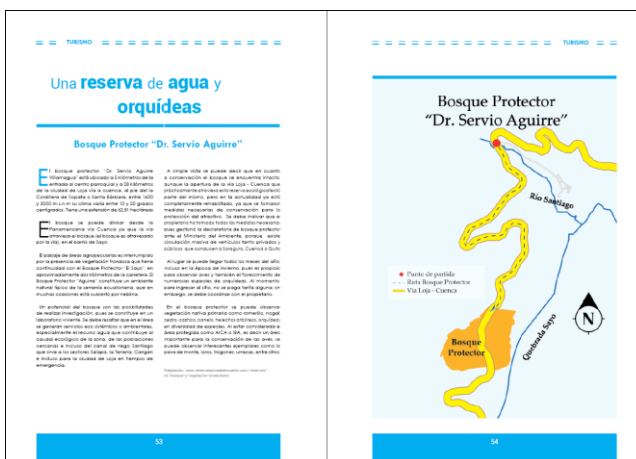


Gráfico # 34. Diagramación 27. Elaborado por Isabel Ordóñez

DISEÑO DE UNA REVISTA CULTURAL CON ENCARTES DE MAPAS SOBRE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS DE LA PARROQUIA SANTIAGO UBICADA AL NORESTE DE LA CIUDAD DE LOJA PARA FOMENTAR EL TURISMO NACIONAL EN LA ZONA.

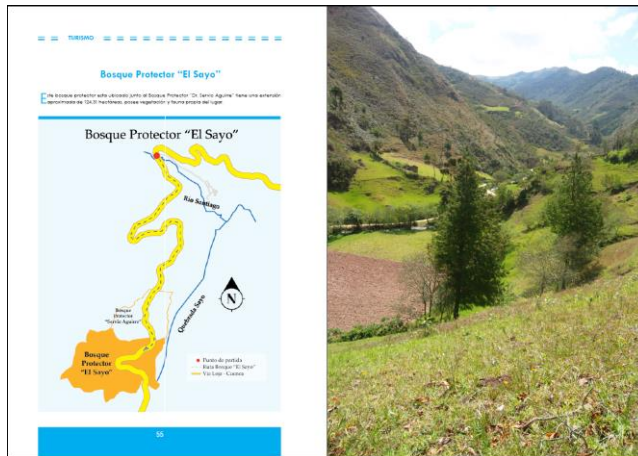


Gráfico # 35. Diagramación 28. Elaborado por Isabel Ordóñez

5.03.02 .06 Imagen Corporativa

5.03.02.06.01 Logotipo

Nombre: La revista se llamará “Santiago” por obvias razones en identificación de la parroquia que es del mismo nombre. Se ha utilizado una tipografía Cursiva para darle un toque de elegancia.

Isotipo: Se ha estilizado una orquídea porque en el lugar se cultivan hermosos ejemplares en distintos colores y formas.

Slogan: “Un paraíso por descubrir” porque la parroquia esconde varios atractivos que el turista debe conocerlos.

Full Color



DISEÑO DE UNA REVISTA CULTURAL CON ENCARTES DE MAPAS SOBRE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS DE LA PARROQUIA SANTIAGO UBICADA AL NORESTE DE LA CIUDAD DE LOJA PARA FOMENTAR EL TURISMO NACIONAL EN LA ZONA.

Escala de grises



Positivo



Negativo



5.03.02.06.02 Estructura.

Isotipo



Tipografía



Slogan



General

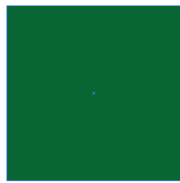
DISEÑO DE UNA REVISTA CULTURAL CON ENCARTES DE MAPAS SOBRE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS DE LA PARROQUIA SANTIAGO UBICADA AL NORESTE DE LA CIUDAD DE LOJA PARA FOMENTAR EL TURISMO NACIONAL EN LA ZONA.



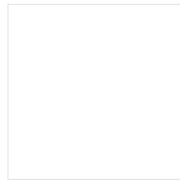
DISEÑO DE UNA REVISTA CULTURAL CON ENCARTES DE MAPAS SOBRE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS DE LA PARROQUIA SANTIAGO UBICADA AL NORESTE DE LA CIUDAD DE LOJA PARA FOMENTAR EL TURISMO NACIONAL EN LA ZONA.

5.03.02.06.03 Modos de Color

CMYK



C: 90
M: 30
Y: 95
K: 30

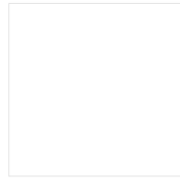


C: 0
M: 0
Y: 0
K: 0

RGB



R: 0
G: 101
B: 50

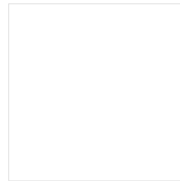


R: 255
G: 255
B: 255

Hexadecimal



006532



FFFFFFFF

Pantones



Pantone: 349 C

Significado de colores

- El verde representa la naturaleza, tranquilidad y armonía.
- El blanco está asociado a la luz, pureza, limpieza o simplicidad.

Tamaño máximo

Se podrá extender a un tamaño máximo de 130 cm x 45 cm

Tamaño mínimo

Se podrá disminuir a un tamaño máximo de 3 cm x 1 cm

5.03.02 .07 Portada y contraportada



Gráfico # 36. Portada y Contraportada. Elaborado por Isabel Ordóñez

5.03.02 .09.02 Prensa

La impresión se realizará en una maquina Offset Kore, ya que ofrece mayor calidad y nitidez en el color. Esto hará que la impresión de la revista sea la requerida. Se utilizará papel de 90 gramos, será papel ecológico para minimizar el impacto ambiental. En tamaño A4.

La portada será impresa en el mismo material, pero de 200 gramos.

5.03.02 .09.03 Post – Prensa

La portada será laminada en mate para darle un toque de elegancia y sobre todo para proteger el producto de la manipulación y esto evitará que se estropee, las hojas serán cosidas y encolada al calor haciendo que la resistencia de la revista sea mayor.

5.03.03 Marketing y Distribución.

Tabla # 18

Marketing

Etapas	Arte gráfica	Dimensiones	Cantidad	Tiempo
Lanzamiento	Afiche	42 cm x 29,7 cm	50	3 meses
Posicionamiento	Flyers	21 cm x 14,85 cm	200	6 mese
Mantenimiento	Fotos Postales	10 cm x 15 cm	250	6 meses

Elaborado por Isabel Ordóñez

Lanzamientos:

Estrategia: Será distribuido en los puestos de información turística de Terminal “Quitumbe” en Quito y en El Terminal “Reina del Cisne” en Loja.

Objetivo: Identificar a la mayor cantidad de turistas nacionales que están eligiendo un destino para viajar.

Acciones: Se realizará afiches informativos con una imagen persuasiva para que incite al turista a comprar la revista.

Arte: Se presentarán 2 propuestas, será impresos en cartulina ecológica de 200 gramos. Dimensión 29,7 cm x 42 cm (A3).



Gráfico # 39. Afiches. Elaborado por Isabel Ordóñez

Posicionamiento:

Estrategia: Las hojas volantes estarán disponibles en las terminales terrestres tanto de Quito como de Loja para que el turista vaya a pedir información, tome una volante y se informe.

Objetivo: inducir al turista a que adquiera la revista.

Acción: Realizar hojas volantes los cuales estén a disposición del turista.

Arte: Será impresos en papel ecológico de 90 gramos. Dimensión 21 cm x 14,85 cm

(A5)



Gráfico # 40. Flyers. Elaborado por Isabel Ordóñez

Mantenimiento

Estrategia: Por la adquisición de la revista se obsequiará fotos postales coleccionables representativas del lugar

Objetivos: Motivar al turista a que vaya a la parroquia y observe de frente lo que le ofrece las fotos postales

Acciones: Realizar las foto postales y estarán en lugares visibles para el turista

Artes: Serán impresos tiro y retiro en cartulina plegable 200 gramos. Dimensión 10 cm x 15 cm cada uno



Gráfico # 41. Foto postal. Elaborado por Isabel Ordóñez

DISEÑO DE UNA REVISTA CULTURAL CON ENCARTES DE MAPAS SOBRE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS DE LA PARROQUIA SANTIAGO UBICADA AL NORESTE DE LA CIUDAD DE LOJA PARA FOMENTAR EL TURISMO NACIONAL EN LA ZONA.

CAPÍTULO VI

Aspectos Administrativos

6.01 Recursos

6.01.01 Técnicos – tecnológicos

Para el desarrollo de este proyecto de elaboración de una revista cultural se ha utilizado parámetros, técnicas y procesos de diagramación y maquetación, investigación de la información, realización de fotografías y otros conocimientos de Diseño Gráfico Editorial.

Entre los recursos tecnológicos que se han utilizado para la realización de este proyecto están:

- Computadora
- Microsoft Word
- Microsoft PowerPoint
- Microsoft Excel
- Adobe Ilustrador CS6
- Adobe InDesign CS6
- Adobe Photoshop CS6:
- Cámara fotográfica
- Internet
- Impresiones
- Bolígrafos
- Entre otros suministros de oficina

6.01.02 Humanos

Para la realización de este proyecto se ha contado con los siguientes recursos humanos

- Investigadora Isabel Ordóñez y la colaboración de la Sra. Zoila Armijos, Sr. Luis Ordóñez y Sr. Fausto Huaca
- Tutores Lic. Anaya Cruz y Arq. Iván Cruz
- Lector

6.01.03 Económicos

El proceso económico ha sido sustentado en su totalidad por la autora del proyecto

6.02 Presupuesto

6.02.01 Gastos Operativos

Tabla # 19

Gasto operativos

Detalle	Valor Unitario	Cantidad	Valor Total
Bolígrafos	\$ 0,35	2	\$ 0,70
Cuaderno	\$ 1,00	1	\$ 1,00
Lápiz	\$ 0,30	1	\$ 0,30
Borrador	\$ 0,20	1	\$ 0,20
Resma hojas bond	\$ 3,50	1	\$ 3,50
Internet	\$ 0,80	25	\$ 20,00
Impresiones	\$ 0,05	250	\$ 12,50
Copias	\$ 0,02	175	\$ 3,50
Sobres manila	\$ 0,30	3	\$ 0,90
Cds	\$ 0,60	4	\$ 2,40
Carpeta	\$ 0,80	2	\$ 1,60
Anillados	\$ 1,50	2	\$ 3,00
Transporte	\$ 22,00	8	\$ 176,00
Alimentación	\$ 70,00	1	\$ 70,00
Empastados	\$ 8,00	4	\$ 32,00
		Sub-total	\$ 327,60
		Imprevistos 10%	\$ 32,76
		Total	\$ 360,36

Elaborado por Isabel Ordóñez.

6.02.02 Aplicación del Proyecto

Tabla #20

Presupuestos de Aplicación de proyecto

Detalle	Valor Unitario	Cantidad	Valor Total
Impresión pruebas	\$ 1,80	5	\$ 9,00
Revistas	\$ 1,20	1000	\$ 1.200,00
Afiches	\$ 1,20	25	\$ 30,00
Fotopostales	\$ 0,60	250	\$ 150,00
Flyers	\$ 0,60	200	\$ 120,00
		sub-total	\$ 1.509,00
		imprevistos 10%	\$ 150,90
		Total	\$ 1.659,90

Elaborado por Isabel Ordóñez

6.03 Cronograma

Actividad	Tiempo				Conclusión	
	Mes	1	2	3		4
CAPÍTULO I Antecedentes						
1.01 Contexto.	Enero		x			✓
1. 02 Justificación.	Enero		x			✓
1.03 Definición Del Problema Central (Matriz T).	Enero		x	x		✓
CAPÍTULO II Análisis de Involucrados						
2.01 Mapeo de involucrado.	Enero			X	X	✓
2.02 Matriz de análisis y selección con los involucrados.	Enero			X	X	✓
CAPÍTULO III Problemas y Objetivos						
3.01 Árbol de problemas.	Febrero	x	X			✓
3.02 Árbol de objetivos.	Febrero	x	x			✓
CAPÍTULO IV Análisis de Alternativas						
4.01 Matriz de Análisis de Alternativa e identificación de acciones.	Febrero		x	X		✓
4.02 Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos.	Febrero			X		✓
4.03 Diagrama de Estrategias.	Febrero			x		✓
4.04 Construcción de la Matriz de Marco Lógico.	Febrero			X	X	✓

						✓
CAPÍTULO V La Propuesta						
5.01 Antecedentes de la herramienta del perfil de la propuesta.	Marzo	x	X			✓
5.02 Descripción de la herramienta.	Marzo		X	X		✓
5.03 Formulación del proceso de aplicación.	Marzo			x	X	✓
5.03.01 Planificación.	Abril	x	x			✓
5.03.02 Desarrollo.		x	x	X		✓
5.03.03 Marketing y Distribución					X	✓
CAPÍTULO VI Aspectos Administrativos						
6.01 Recursos					X	✓
6.02 Presupuestos					X	✓
CAPÍTULO VII Conclusiones y Recomendaciones						
7.01 Conclusiones	Abril				X	✓
7.02 Recomendaciones	Abril				X	✓
7.03 Referencias Bibliográficas	Abril				X	✓
7.04 Índice de Anexos	Abril				X	✓

CAPÍTULO VII

Conclusiones y Recomendaciones

7.01 Conclusiones

En conclusión, se puede determinar que:

- La revista se ha logrado brindar información necesaria sobre los lugares turísticos, festividades importantes, gastronomía, atractivos naturales en general la identidad cultural de la parroquia, esto con la colaboración del gobierno parroquial y los dueños de los centros recreacionales como las piscícolas y estancias.
- Incrementar la afluencia turística
- Se ha conseguido mejorar la actividad económica
- Se ha logrado mostrar cuales son los recorridos hacia los atractivos naturales y privados.
- También se ha logrado que la parroquia sea reconocida por ende tiene un alto posicionamiento turístico.

7.02 Recomendaciones

- Las autoridades parroquiales trabajen por difundir la cultura y turismo del sector.
- Los propietarios de los atractivos privados realizar campañas publicitarias para incrementar ventas.
- Ampliar su gama de servicios.
- Se recomienda dar buen uso de la información de la revista.
- Elaborar más materiales gráficos con información de nuevos proyectos en la parroquia.
- Hacer traducciones a otros idiomas con las autorizaciones respetivas para hacer llegar a turistas extranjeros.

- Buscar nuevas plataformas comunicacionales para una difusión digital de la revista.
- Realizar actualizaciones de la información de la revista
- Aumentar las secciones de la revista

Bibliografías

- Ambrose y Harris. (2009). *Libro Fundamentos del diseño gráfico*. Barcelona, España: Parramon.
- Gómez, Palacio y Vit, (2001). *Guía completa del diseño gráfico*. Barcelona, España: Parramon
- Macro Editora. (2012). *La biblia del diseñador gráfico*. Lima, Perú: Empresa Macro Editora
- Varios Autores. (1991). *Diccionario enciclopédico Salvat*. Barcelona, España
- David Dabner. (2005). *Diseño, maquetación y composición*. Barcelona, España: Editorial Blume.

Net-grafías

- Concepto de Cultura (2007, Abril) Disponible en:
<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/cultura-concepto.html> [2016, marzo]
- Diseño (2006, Marzo) Disponible en: <https://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o>
[2016, marzo]
- Diseño industrial (2014, 28 Noviembre) Disponible en:
https://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o_industrial [2016, marzo]
- Diseño Editorial (2010, 28 Enero) Disponible en:
<http://alejandralmiron.fullblog.com.ar/disenio-editorial.html> [2016, marzo]
- Elementos y Etapas del Diseño Editorial. (2012, 17 Enero) Disponible en:
https://elblogdelalicyennyhdez.files.wordpress.com/2012/01/elementosde_pdf.pdf
[2016, marzo]

- ¿Qué es revista? (2009, 24 Abril). España. Disponible en:
<http://espacioliterario.obolog.es/revistar-239126> [2016, marzo]
- Historia de los medios. (2010, 3 Abril). Disponible en:
<https://lahistoriadelosmedios.wordpress.com/2010/04/03/periodico-y-revista-caracteristicas/> [2016, marzo]
- Revista. Disponible en:
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ldf/saucedo_r_kl/capitulo1.pdf [2016, marzo]
- Diagramación de revistas (2010, 23 Mayo de) Disponible en:
<http://es.slideshare.net/tls02cv/diagramacion-de-revistas-4260712> [2016, marzo]
- Tipos de revistas. Disponible en: <http://www.tipos.co/tipos-de-revistas/> [2016, marzo]
- ¿Qué es el encartado? (2012, 12 Junio) Disponible en:
<http://www.guiaimpresas.com/articulos/que-es-el-encartado> [2016, marzo]
- Qué es un encarte. (2015, 21 Febrero) Disponible en:
<http://blogparaestudiantesdepublicidad.blogspot.com/2015/02/que-es-encarte-diptico-triptico-cuatritico.html> [2016, marzo]
- Adobe Illustrator (2013, 26 Noviembre) Disponible en:
https://es.wikipedia.org/wiki/Adobe_Illustrator [2016, marzo]
- Que es InDesign. (2015, 02 Junio) Disponible en:
<http://revistadigital.inesem.es/disenio-y-artes-graficas/que-es-indesign-y-para-que-sirve/>
[2016, marzo]
- Disponible en: https://es.wikipedia.org/wiki/Adobe_Photoshop [2016, marzo]
- Disponible en: <http://www.thewebfoto.com/1-introduccion/103-que-es-una-camara-de-fotos> [2016, marzo]

- ¿Qué es Internet? Disponible en: http://www.cad.com.mx/que_es_internet.htm [2016, marzo]
- Reservas Naturales Disponible en: <http://www.reservasprivadasecuador.com/reservas/es/bosque-y-vegetacion-protectores> [2016, abril]
- Mapas. Disponible en: <http://www.ubicacuena.com/ubicaec> [2016, abril]

7.04 Anexos