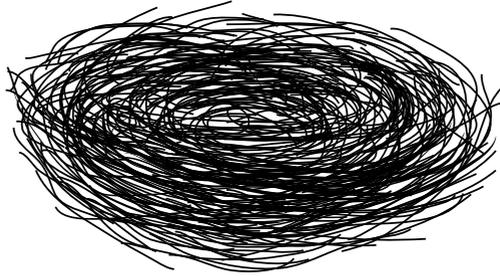




ESPOL
"Impulsando la sociedad del conocimiento"

Materia Integradora

DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN DE PROYECTOS GRÁFICOS



DISEÑO EDITORIAL

LIGRA

**Licenciatura en Diseño Gráfico y
Publicitario**

BROCHURE DE PROCESOS

Tema:

Diseño Editorial: Calendario Ilustrado
2018: Lugares emblemáticos turístico-cultural
del Ecuador

Autores:

Jorge Luis Campozano Alarcón

Yaeli Nathaly Mieles Jaramillo

Paralelo #1

Firma del Profesor

.....

Contenido:

Resumen	5
Antecedentes	6
Público objetivo o target	9
Metodología del proyecto	9
Objetivos	12
Cronograma	13
ESTAPA DE DISEÑO	
Concepto creativo	14
Proceso de bocetos (explicación)	15
Prueba - error	16
Proceso técnico	17
Artes finales	24
Presupuesto	39
Resultados	40
Conclusiones	41
Bibliografía	42
Anexos	43

RESUMEN

Ecuador es un país rico en diversidad natural y cultural, lleno de tradiciones e historias que se promocionan al exterior para lograr que el país se convierta en punto de referencia turística importante en el mundo. Al momento se realizan proyectos y campañas que ayudan a posicionar al Ecuador y sus destinos. Estas campañas se valen de productos gráficos, audiovisuales, souvenirs, entre otros para darle refuerzo a sus mensajes, fomentar el comercio y viralización de las bondades del país.

El objetivo de este proyecto es la creación de un emprendimiento basado en la realización de un producto editorial que contenga el diseño y diagramación pertinentes, que permitan al turista local e internacional recordar su paso o visita por el país. Este calendario 2018 representa y promociona, mediante tipografía e ilustraciones, los lugares más emblemáticos y característicos del Ecuador, rescatando sus texturas, colores y formas de estos rincones. Como resultado de este proyecto se obtuvo un producto editorial de alta calidad que cumple no sólo con la función informativa del calendario y planificador, sino que es un producto que puede ser guardado como material coleccionable, o en su defecto reutilizarlo como elemento decorativo en el hogar.

ANTECEDENTES

Nuestro país que contiene cientos de destinos turísticos, biodiversidad ecológica, étnica y cultural desde la sierra, hasta su región insular. El país ofrece innumerables opciones turísticas y gastronómicas que ayudan al turista extranjero y local, a tener las mejores experiencias y a querer recorrer la mayor cantidad de atractivos turísticos que el entorno ofrece. A lo largo de los años, Ecuador ha ido descubriendo el potencial turístico que posee, creando y renovando su "Marca País", desarrollando campañas turísticas internacionales, que creen nuevas oportunidades a los sectores hoteleros, gastronómicos.

Ecuador en unos de los países que posee una gran cantidad de diversidad, en el ámbito natural y cultural; todo albergado en un territorio espacial pequeño, que ayuda a que todo se encuentre cercano a sus habitantes. Localizado en la mitad del mundo, el país es reconocido por la vida y calidez que su pueblo posee. (Ministerio. de Turismo de Ecuador, 2012)

La UNESCO, ha declarado a varios lugares importantes del país como Patrimonio de la Humanidad. A lo largo de sus cuatro regiones podemos encontrar a muchos de ellos. El archipiélago de Galápagos es la región de la diversidad natural, de la observación y evolución y es Patrimonio Natural de la Humanidad, siendo así uno de los atractivos de vida y turísticos más valiosos que posee el Ecuador.

En la sierra ecuatoriana, las ciudades de Quito y Cuenca, poseen una gran cantidad de arquitectura colonial, son ciudades con condiciones naturales y culturales ricas, que son son Patrimonio Cultural de la Humanidad. En la Amazonía, son las culturas las que sobresalen y es la UNESCO la que nombra a la cultura Zápara como Patrimonio Intangible de la Humanidad. (M. de turismo de Ecuador, 2012).

Gracias al potencial turístico, cultural, étnico y ecológico que tiene el país, se ha procedido a crear campañas para potenciar el turismo y el comercio. "Ecuador se convirtió en el primer país que pautó un spot de promoción turística en el Super Bowl el pasado 1 de febrero, con una inversión de USD 3,8 millones por 30 segundos de transmisión del video promocional de la campaña All You Need Is Ecuador." (El Comercio, 2015)

El objetivo ahora, es el enseñar al mundo, lo que el país posee, se piensa en priorizar el desarrollo turístico, en convertir al turismo. Según la ministra de turismo del Ecuador, Sandra Naranjo, el turismo es ahora una prioridad nacional, donde se debe involucrar a todos los ministerios, y así crear estrategias de turismo. Se han implementado importantes datos que reflejan el crecimiento del país en el ámbito turístico. Uno de ellos es el presupuesto que tiene el Ministerio de Turismo para campañas, el cual "se ha multiplicado por 10 desde el 2006. (El Comercio, 2015).

Siendo la campaña "All You Need Is Ecuador" parte de ese presupuesto. Además se está dando mucha importancia al sector hotelero, creando y potenciando proyectos de inversión en el país, desarrollando una buena infraestructura, y promoviendo de mejor manera los destinos específicos del país.

Después de adquirir estos datos, sabemos que el país cuenta con apoyo económico y publicitario que necesita para mostrarse al mundo. Es imperativo que se sigan creando nuevas oportunidades de promoción del país. Ecuador acoge tanta diversidad que para el turista, tener de todo en un solo lugar debería ser la mejor de las experiencias. Sentimos que estos datos aportan para que los ecuatorianos sepan que se está creando en campañas, pero consideramos que hay muchas más oportunidades de fomentar el crecimiento turístico, no solo estancándose en la publicidad y medios audiovisuales, sino de una serie de productos que apoyen toda la gestión creada por el Ministerio de Turismo. Además, estas campañas deben ser pensadas para seguir creciendo y ser utilizadas en periodos de tiempo cortos, es decir, que no se deje de pautar, y/o crear oportunidades promocionales. Crear productos además de dar servicios, sería una excelente forma de darle realce a la experiencia que el turista local o extranjero vivirá en sus actividades por el Ecuador.

Ecuador es el país de la región Latinoamericana que tiene la tasa más alta de crecimiento de ingreso de turistas extranjeros desde el 2010,

un 48,7%. El crecimiento del país está por encima de Colombia, que tiene un 20,7% y Perú con un 39,8%. En el 2015 Ecuador registró casi un 8% más de arribos de turistas extranjeros en relación con el 2014. (El Comercio, 2015)

Productos al igual que lugares turísticos

Además de los atractivos que ofrece el país, se quiere destacar en todos los eventos y campañas, la gastronomía ecuatoriana, los souvenirs y productos que se pueden adquirir en el país y la rica cultura del territorio ecuatoriano. En el Ecuador, varias empresas, han ayudado al Ministerio de Turismo a reforzar el posicionamiento de la campaña "All You Need Is Ecuador", creando productos con el naming de la campaña, línea gráfica, etc. Se han comercializado productos como, tazas monederos, camisetas, botones, agendas, afiches, entre otros. Se pretende con esto, darle más difusión a la campaña, y reforzar el mensaje turístico. (Ministerio de Turismo, 2015)

Si el país crece en turistas, se crean nuevas oportunidades laborales de distintas áreas de trabajo. No solo el servicio hotelero, sino también el gastronómico, transportes, artesanías, entre otros, son los sectores que se deben explotar, además de nuevas ramas, como el diseño textil, de productos, y diseño gráfico, que no solo crearía nuevas plazas de empleo, sino una oportunidad increíble de unir sectores de producción para crear unas alternativas comerciales que llamen la atención del cliente y en vez de satisfacer su necesidad materialista, satisfaga su necesidad emocional.

PÚBLICO OBJETIVO

Hombres y mujeres de nacionalidad ecuatoriana y/o extranjera entre 18 y 35 años que disfrutan de la visita a lugares turísticos del Ecuador y descubrir sus rincones más emblemáticos; durante su visita recorren locales comerciales esperando llevar un recuerdo. Tienen un gusto particular por el diseño y la ilustración, lo que los hacen apreciar nuevas ofertas de souvenirs y de objetos coleccionables. Se interesan en actividades culturales y artísticas, turísticas y planifican sus actividades con antelación.

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

La herramienta preliminar de investigación usada fue:

La Investigación Exploratoria

Se consultaron diferentes páginas web, artículos de periódico, videos, para conocer más sobre el desarrollo del turismo en el Ecuador; las técnicas usadas para promocionar al país ante el mundo como un destino turístico. Así mismo se descubrió el trabajo que el Ministerio de Turismo ha estado realizando en los últimos años para que el mundo conozca la diversidad turística del país. Se analizó el crecimiento del sector turístico del país, los beneficios en el sector hotelero. Además de la recopilación de fotografías de los lugares más turísticos de algunas ciudades del Ecuador. Además se descubrió los distintos productos que el Ministerio de Turismo ha elaborado para promocionar al país, mediante alianzas estratégicas con empresas que elaboran productos varios.

Técnicas utilizadas:

•**Observación de campo:** Se realizó la visita de algunas de las ciudades más importantes del Ecuador, entre ellas: Guayaquil, Alausí, Cuenca, Quito, Puerto López, Montañita.

•**Encuesta:** Realizada a una muestra de 50 personas, hombres y mujeres, diseñadores gráficos, redactores creativos, estudiantes universitarios de carreras afines con la comunicación y publicidad, y personas en general, de entre

los 20 a 30 años de edad.

Gracias a los resultados de la misma, la muestra concordó en casi el 100% que el Ecuador tiene potencial turístico, ha viajado por el país y ha adquirido souvenirs o recuerdos del Ecuador o de la ciudad que han visitado. Además, estaban dispuestos en su gran mayoría a adquirir un producto editorial coleccionable: Calendario.

•**Entrevista:** De acuerdo al enfoque del tema y producto escogido para la realización de nuestro producto, se realizó una entrevista al Sr. William Herreria, Gerente General de la imprenta "Mat Graphics", quien aportó con datos específicos sobre el producto "calendario" y la cantidad que la imprenta realiza al año.

Herramientas para identificar las oportunidades de diseño:

Análisis FODA

Fortalezas:

- Dar a conocer al turista y a los habitantes ecuatorianos sobre la música, cultura, arquitectura y lugares representativos e importantes de las ciudades más icónicas del Ecuador.
- Rescate cultural por medio de material didáctico editorial.
- Creación de un producto editorial único en el país.
- Capacidad de implementar varios elementos del diseño gráfico, (ilustración, tipografía experimental, etc)
- Material editorial creado, puede ser aplicado en diversos productos de la misma o diferente rama.

Oportunidades:

- Fomentar el uso de productos editoriales.
- Oportunidad de ayudar a publicitar al país por medio de un calendario, entre otros.
- Oportunidad de acogida, exhibición y venta del producto final en puntos de venta masivos y turísticos del país y del mundo.
- Trabajo en conjunto con el Ministerio de Turismo, Casas de la Cultura, Municipios del país, agencias de viajes, imprentas, entre otros.

- Expandir la línea de productos editoriales con otros productos tipo souvenir y de uso diario para turistas y pobladores.

Debilidades:

- Materiales para la creación de la línea y producción con un presupuesto alto de inversión.
- No encontrar un cliente real que quiere promover el proyecto.
- No poder recorrer todas las ciudades y lugares emblemáticos para la recopilación de datos.
- Poco interés por parte de los habitantes del país y del turista en adquirir la rama de productos editoriales a realizar.
- No valoración del diseño gráfico ecuatoriano.

Amenazas:

- No realizar una investigación precisa de los lugares y/o tradiciones, más emblemáticas del país.
- Que el producto final no sea de la satisfacción de sus creadores.
- No alcanzar los objetivos de diseño establecidos de la línea editorial.
- No llegar a captar la atención del cliente potencial.
- No lograr captar la verdadera esencia del país y plasmarla en el producto final.

Técnica etnográfica

- Moodboard: Esta técnica nos permitió identificar mediante fotografías, los distintos aspectos relevantes que encierra nuestro público objetivo, sus ritos, comportamientos, conductas, aspectos personales, edades.
- Coolboard: Gracias a esta técnica, se encontró referentes gráficos, tendencias de ilustración, color, con el estilo gráfico que estábamos enfocando el proyecto.
- Brandboard: Por último, esta técnica nos proporcionó una clara imagen de las marcas que nuestro público objetivo consume en su diario vivir, y nos permitió pensar en la creación de un producto editorial que se acople con su estilo de vida.

OBJETIVOS

DE COMUNICACIÓN

Difundir los lugares turísticos y emblemáticos del Ecuador mediante la promoción de su cultura y arquitectura, contenidos en un producto editorial ilustrado.

DE DISEÑO

General:

Desarrollar un calendario turístico del Ecuador que retrate sus sitios de interés para el turista local y extranjero.

Específicos:

- Rescatar mediante el diseño de un calendario y souvenirs; la cultura, texturas, y arquitectura de los lugares más relevantes y emblemáticos que posee el Ecuador.
- Difundir mediante tipografía, ilustración y cromática, algunos de los lugares turísticos más importantes del Ecuador.
- Crear material editorial visualmente agradable y coleccionable.

CRONOGRAMA

Descripción	Octubre			Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero			
	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. FASE DE INVESTIGACIÓN																			
Análisis del entorno																			
Búsqueda del problema																			
Definición de tema, objetivos y público objetivo																			
Elaboración de mapa mental y pizarras gráficas																			
2. FASE DE PLANIFICACIÓN																			
Creación de presupuesto																			
3. FASE DE DISEÑO																			
Creación de bocetos																			
Creación del naming y línea gráfica del calendario																			
Diagramación del calendario y souvenirs																			
4. FASE DE IMPLEMENTACIÓN Y EVALUACIÓN																			
Elaboración del machote																			
Elaboración del brochure e infografía del proceso																			
Entrega final del proyecto																			

PRUEBA ERROR

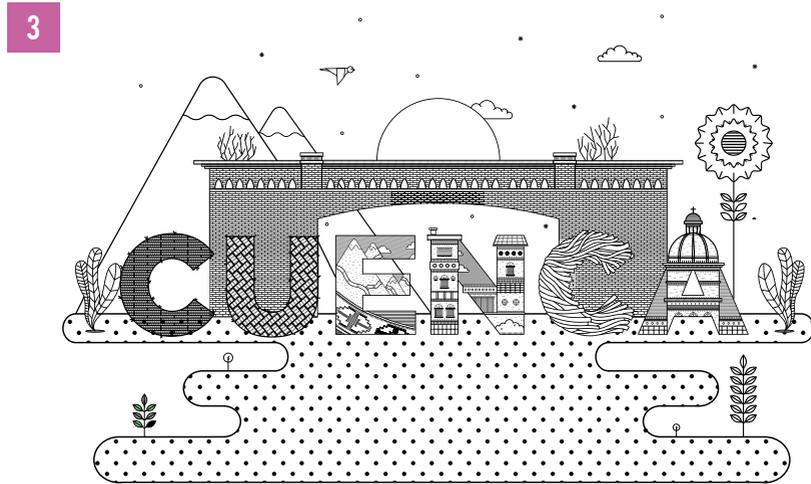
Se vectorizó cada ciudad, en el caso de la que se muestra a continuación: La ciudad de Cuenca, fue vectorizada por partes, con colores, hasta encontrar la diagramación y diseño que promoviera de mejor manera el lugar emblemático que más representa el diseño.



1 Tipografía e ilustración solo en las letras



2 Tipografía e ilustración en letras + fondo ilustrado de lugar turístico



Por último, se pretendió solo usar la tipografía experimental para el calendario, pero considerando el diseño, se creó una composición a base de elementos culturales, geográficos de cada ciudad, como se observa en la imagen anterior, y a partir de eso, la diagramación y diseño de todos los meses del año, incluyen distintos elementos, los cuales varían dependiendo de la región en la que se encuentre cada ciudad, el clima y cultura.

PROCESO TÉCNICO

Se vectorizó cada ciudad, en el caso de la que se muestra a continuación: Cada mes comenzó como tipografía e ilustración lineal, hasta que poco a poco se le fue incorporando el fondo y el color.

Herramienta utilizada:

Adobe Illustrator

Carilla 1:
Ciudad



La composición elegida, fue colocada con los elementos del calendario, en versión monocromática

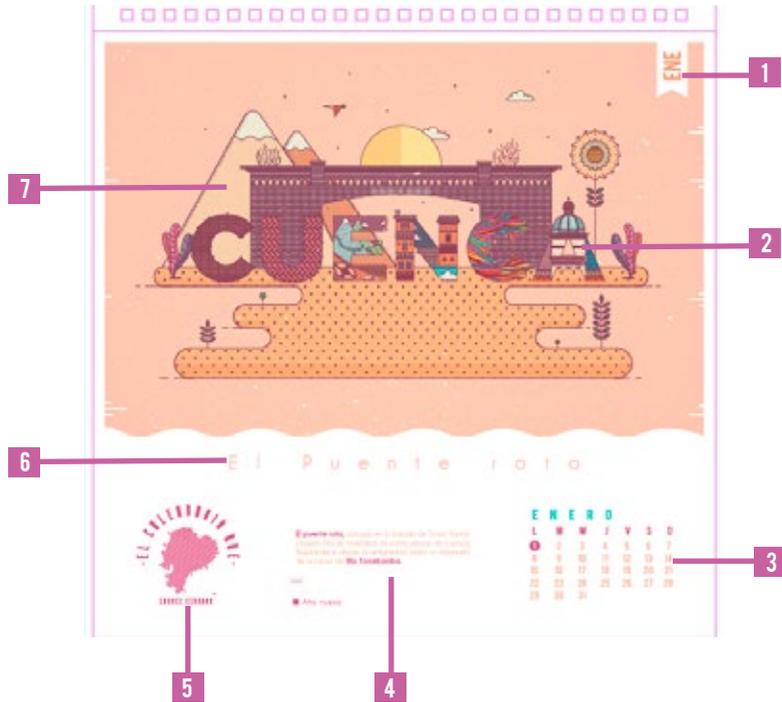


Hasta que decidimos colorizar todos los vectores para crear una composición más detallada y colorida

CALENDARIO

Elementos de composición

Carilla 1: Ciudad

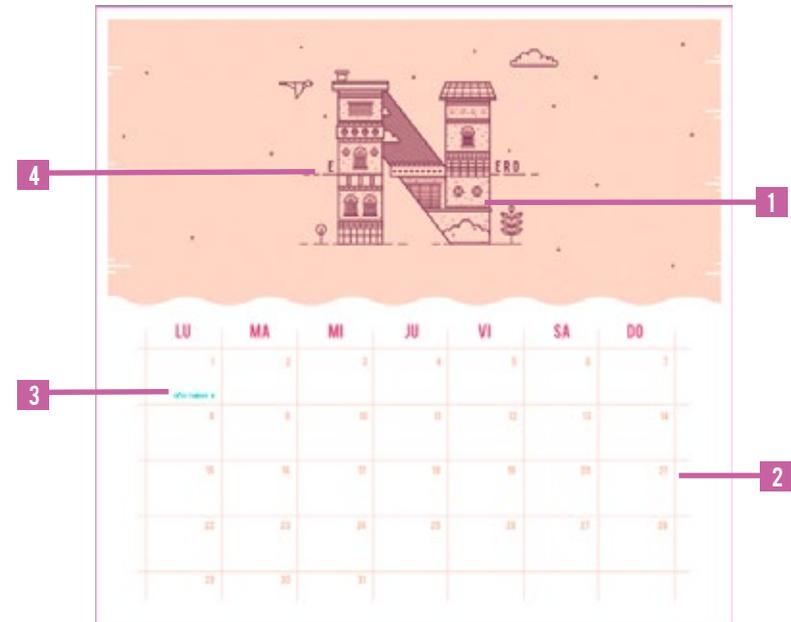


Elementos de composición

1. Mes del año
2. Ciudad en tipografía experimental e ilustración
3. Días del mes
4. Dato informativo
5. Logo y naming del calendario
6. Lugar turístico de la ciudad
7. Composición basada en el clima y paisajes de la ciudad

Elementos de composición

Carilla 2: Planificador

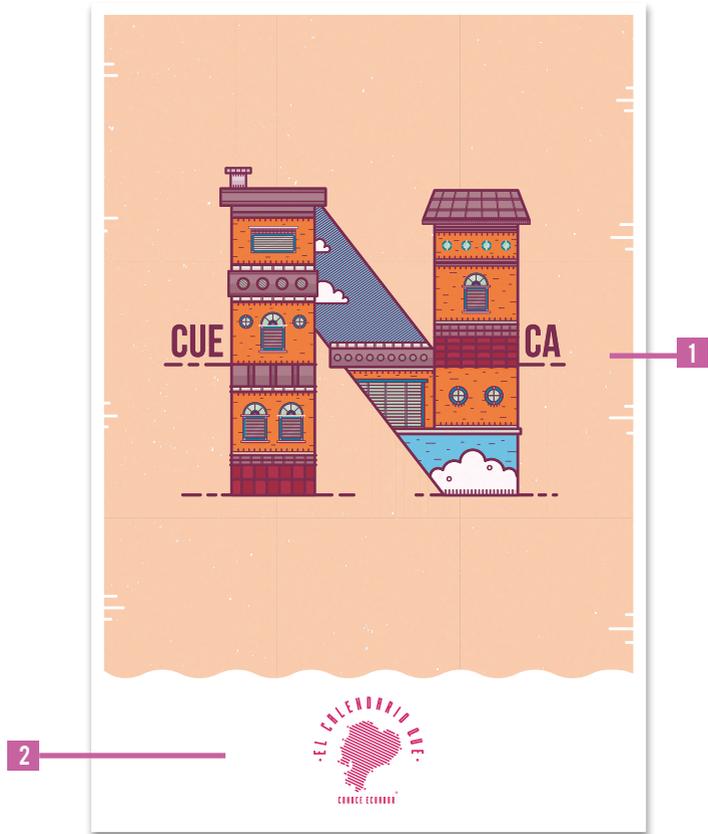


Elementos de composición

1. Letra ilustrada
2. Planificador mensual
3. Fecha importante del mes y/o feriados
4. Mes

POSTER

Elementos de composición

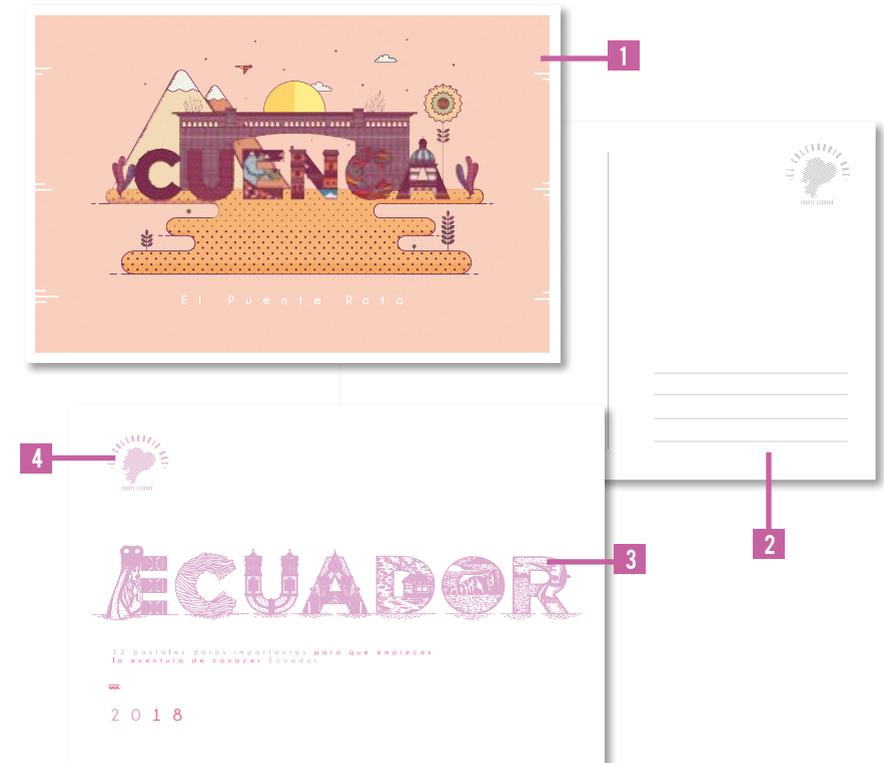


Elementos de composición

1. Letra del mes en tipografía experimental
2. Logo y naming del calendario

POSTAL

Elementos de composición



Elementos de composición

1. Ciudad ilustrada (parte anterior)
2. Espacio para escritura (parte posterior)
3. Sobre de postales: "Ecuador" ilustrado + Logo y naming del calendario
4. Logo y naming del calendario

TARJETAS: CALENDARIO DE BOLSILLO

Elementos de composición

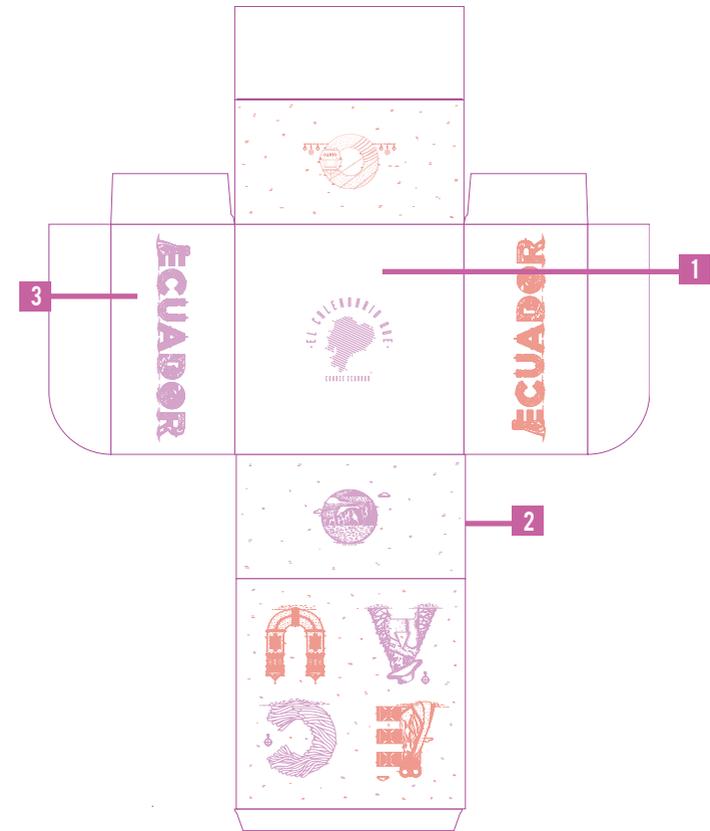


Elementos de composición

1. Carilla anterior: ciudad ilustrada + meses del año
2. Carilla posterior: Logo y naming del calendario
3. Carilla posterior sobre de tarjetas
4. Carilla anterior sobre de tarjetas.

PACKAGING DE PRODUCTOS

Elementos de composición



Elementos de composición

1. Tapa superior con naming y logo
2. Diseño de caras laterales
3. Palabra "Ecuador" en las carillas laterales

ARTES FINALES: CALENDARIO

A continuación, las 12 ciudades con su diseño y aplicación en el calendario
 Medidas: 17,5x22 cm, impresión: Base couché mate 300 gr, páginas couché mate 120 gr.

Enero, Cuenca



Febrero: Quito



ARTES FINALES: CALENDARIO

Marzo: Ambato



Abril: Puyo



ARTES FINALES: CALENDARIO

Mayo: Machala



ARTES FINALES: CALENDARIO

Julio: San Cristobal



Junio: Guayaquil



Agosto: Montañita



ARTES FINALES: CALENDARIO

Septiembre: Loja



Octubre: Tena



ARTES FINALES: CALENDARIO

Noviembre: Alausí

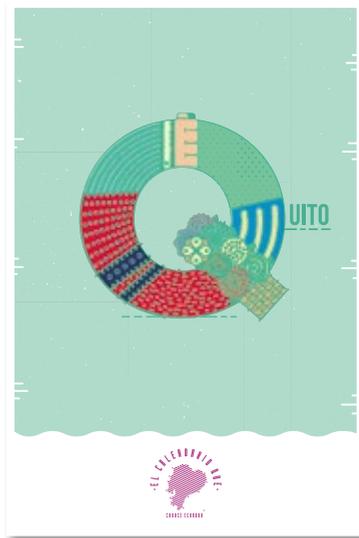


Diciembre: Mindo

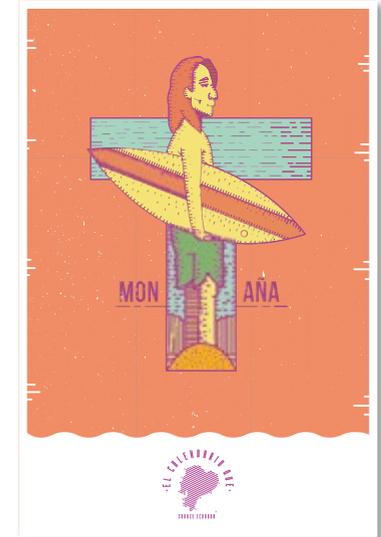
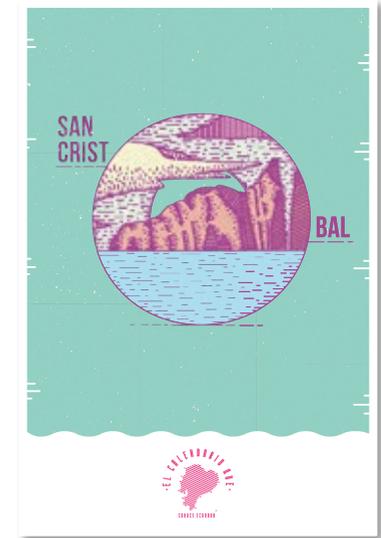


ARTES FINALES: POSTERS

A continuación, las 12 ciudades con su diseño y aplicación en pósters
Medidas: 29,7x42 cm impresos en papel bristol de 120 gr.



ARTES FINALES: POSTERS



ARTES FINALES: POSTERS



ARTES FINALES: POSTALES

A continuación, las 12 ciudades con su diseño y aplicación en postales
Medidas: 15x10 cm, impresas en cartulina couche mate de 120 gr.



ARTES FINALES: TARJETAS (CALENDARIOS DE BOLSILLO)

A continuación, las 12 ciudades con su diseño y aplicación en tarjetas
Medidas: 5x8 cm, impresas en cartulina couche mate de 120 gr.



ARTES FINALES: TARJETAS (CALENDARIOS DE BOLSILLO)



ARTES FINALES: PACKAGING PARA LOS PRODUCTOS

A continuación, el packaging que alojará todos los productos editoriales.
Medidas: 22x22 cm, y 10 cm de alto, impresa en sintra y vinil transparente



PRESUPUESTO

Emprendimiento dirigido a jóvenes adultos mujeres y hombres, de entre 18 y 35 años con interés por el turismo, diseño, la planificación diaria de sus actividades, cultura y arte del Ecuador.

		Unitario	Total
EGRESOS		\$ 1750	
Diseño	Investigación + desarrollo		
	Equipo Proyecto	\$100	\$100
	Concepto creativo	\$150	\$150
	Diseño de propuestas (pruebas)	\$80	\$80
	Digitalización de propuestas	\$500	\$500
	Diagramación	\$120	\$120
	Prototipo final	\$200	\$200
	Total Mes 01 a 04		\$1150
Diseño de piezas	Descripción		
	"Calendario que sabe de Ecuador" 2018	\$400	\$400
	Tarjetería	\$50	\$50
	Postales	\$50	\$50
	Packaging	\$50	\$50
	Poster	\$50	\$50
	Total		\$600
INVERSIÓN		\$ 5168	
Implementación			
	Impresiones sugeridas		
100	Calendario full color cartulina couché mate 120 gr, base 300 gr.	\$40	\$4000
100	Tarjetería full color cartulina couché mate 120 gr	\$0,85	\$85
100	Postales full color cartulina couché mate 120 gr	\$1,71	\$171
100	Poster full color papel bristol 120 gr	\$3,42	\$342
100	Packaging sintra y vinil transparente	\$5,70	\$570
	Total		\$5168
Total	Egresos+inversión Mes 01 a 04		\$ 6918

RESULTADOS

- Lugares turísticos y emblemáticos del Ecuador difundidos mediante la promoción de su cultura y arquitectura, contenidos en una variedad de productos editoriales ilustrados.
- Integración del diseño con el turismo de manera exitosa. Productos con gran calidad gráfica que podrían posicionarse muy bien en el mercado nacional e internacional.
- Productos pueden ser utilizados, regalados y convertidos en objetos coleccionables.
- Aumento del interés de parte del turista nacional y extranjero, de consumir productos y diseño gráfico ecuatoriano.

CONCLUSIONES

Gracias a los métodos antes mencionados de investigación y creación de ideas, pudimos descubrir en el país y su riqueza. un producto que abarque no solo la promoción del turismo, sino también que destaca la calidad del trabajo gráfico de diseñadores ecuatorianos que se quieren posicionar en el mercado, y crear productos que aporten a promover las riquezas de su país.

Luego de crear este producto editorial y sus productos afines, es muy importante que se sigan creando proyectos que potencien al país y todo lo que tiene que ofrecer. Consideramos que existen muchos más productos por explotar en su potencial de promocionable del Ecuador, y que el diseñador y joven emprendedor debe considerar una buena investigación para crear nuevas oportunidades de diseño como "El Calendario que conoce Ecuador".

BIBLIOGRAFÍA

El Comercio (2015), Siete datos claves sobre el desarrollo turístico de Ecuador
Recuperado de <http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-claves-desarrollo-turismo-economia.html>

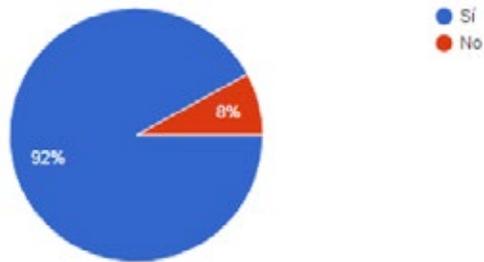
Ministerio de Turismo del Ecuador (2012). América Turística. Quito, Ecuador. Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/10/AM%C3%89RICA-TUR%C3%8DSTICA04.pdf>

Ministerio de Turismo del Ecuador (2015). Atractivos turísticos de Ecuador se promocionaron con éxito en Europa.. Quito, Ecuador. Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/attractivos-turisticos-de-ecuador-se-promocionaron-con-exito-en-europa/>

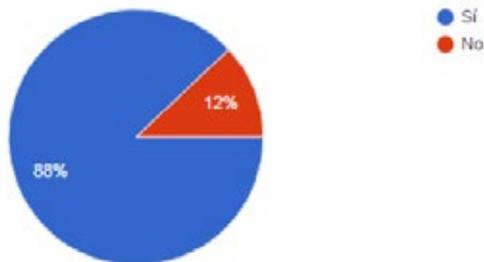
Ministerio de Turismo del Ecuador (2015). Nuevos souvenirs con el slogan 'All You Need Is Ecuador' tienen gran acogida en el país. Quito, Ecuador. Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/nuevos-souvenirs-con-el-slogan-all-you-need-is-ecuador-tienen-gran-acogida-en-el-pais>

ANEXOS

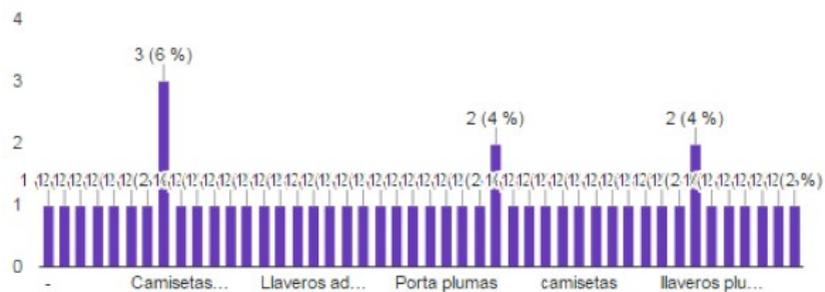
3. ¿A adquirido algún souvenir, producto, recuerdo en sus viajes por el país?
 Marca solo un óvalo.



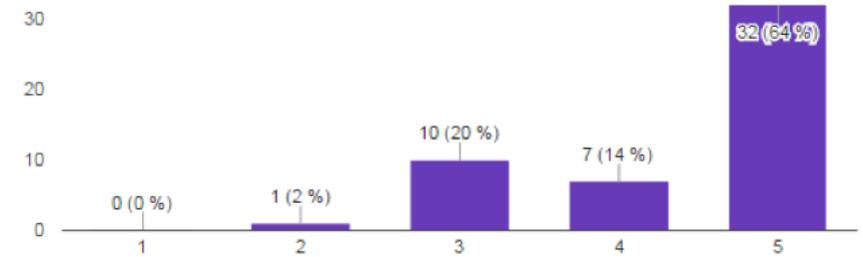
4. ¿Ha visto a la venta objetos que publiciten al país y sus lugares turísticos? *



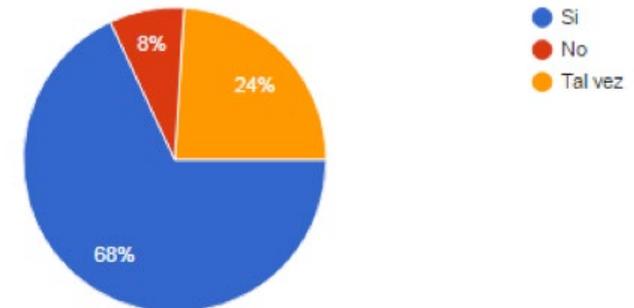
5. Si su respuesta es sí, ¿Qué objetos a visto a la venta? *



6. En la escala de 1 a 5 ¿Qué tan importante cree que es publicitar al Ecuador por medio de productos/souvenir? *



7. ¿Estaría dispuesto a comprar un calendario coleccionable que promocione al Ecuador? * Marca solo un óvalo.



visita de campo: evidencias

