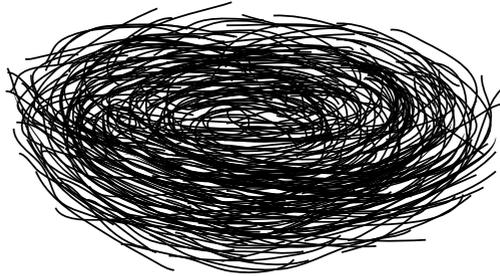




**ESPOL**  
*"Impulsando la sociedad del conocimiento"*

**Materia Integradora**

# **DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN DE PROYECTOS GRÁFICOS**



**LIGRA**

**Licenciatura en Diseño Gráfico y  
Publicitario**

---

## **BROCHURE DE PROCESOS**

**Tema:**

**Libro Pop-Up de las ciudades turísticas  
del Ecuador**

**Autores:**

**Kevin Rafael Real Zambrano**

**Jeison Paul Vasquez Aguilera**

**Paralelo 2**

**Firma del Profesor**

.....

**Contenido:**

<b>Resumen</b>	<b>5</b>
<b>Antecedentes</b>	<b>6</b>
<b>Público objetivo o target</b>	<b>8</b>
<b>Investigación y Metodología del proyecto</b>	<b>8</b>
<b>Objetivos del proyecto</b>	<b>10</b>
<b>Cronograma</b>	<b>11</b>
<b>DISEÑO</b>	
<b>Concepto creativo</b>	<b>12</b>
<b>Proceso de bocetos</b>	<b>12</b>
<b>Prueba - error</b>	<b>16</b>
<b>Proceso técnico</b>	<b>18</b>
<b>Detalle de piezas gráficas</b>	<b>22</b>
<b>Presentación del producto gráfico</b>	<b>34</b>
<b>Presupuesto</b>	<b>37</b>
<b>Resultados</b>	<b>38</b>
<b>Conclusiones</b>	<b>39</b>
<b>Bibliografía</b>	<b>40</b>
<b>Anexos</b>	<b>41</b>

## RESUMEN

El Turismo es una de las bases de la economía del Ecuador más reconocidas a nivel mundial.

El Gobierno, por medio del Ministerio de Turismo, ha empleado campañas publicitarias a nivel nacional e internacional, fortaleciendo al Turismo como matriz productiva, generando así una mayor afluencia de visitantes extranjeros en los últimos años.

Al analizar el comportamiento de los turistas por medio de la observación y empleando pizarras gráficas, pudimos conocer su procedencia, gustos, expectativas e incluso el presupuesto con el que viajan al país para aventurarse entre cada una de sus regiones.

En el momento de dejar el país, los turistas consideran como souvenir favorito a las artesanías. Sin embargo, estas mismas artesanías se han masificado, impulsando el comercio pero disminuyendo su valor agregado.

Analizando esta problemática, se propone un producto de diseño que sirva como souvenir, impulsando el turismo e informando a las personas de la historia que existe detrás de cada uno de los **Rincones del Ecuador**.

## ANTECEDENTES

En el último año el turismo en el Ecuador ha ido creciendo convirtiéndose en una de las fuentes de ingreso más importante para el país. "El turismo se volvió una prioridad nacional. Todos los ministerios tienen dentro de sus líneas estratégicas el turismo. Vemos los resultados, en llegadas al Ecuador creció tres veces más rápido que el promedio mundial y dos veces más rápido que en la región" (Naranjo, 2015)

Se han puesto en marcha diferentes campañas para poder promocionar al país como un atractivo turístico y la diversidad de actividades que ofrece para sus visitantes, entre ellas la más conocida "All you need is Ecuador", enfocada en atraer al turista extranjero y campañas internas como "Viaja primero Ecuador" que apunta a los ciudadanos ecuatorianos.

Desde el 2014 el Ministerio de Turismo ha elaborado un acuerdo para que varias empresas y almacenes se unan para lograr posicionar la marca "All you need is Ecuador" por medio de productos de souvenir como tazas, botones, camisetas, gorras, etc.; la cual tienen una gran demanda por los turistas extranjeros.

Sin embargo los principales souvenirs que se promocionan en el país son artesanías las cuales se vuelven muy genéricas y no aportan un conocimiento prioritario sobre la cultura del país.

En la revista de la Universidad de Azuay sobre el Patrimonio cultural, se puede ver un claro ejemplo en 1975 cuando Peter Mussfeldt vio que varios diseñadores y artesanos solo reproducían diseño de la cultura precolombina sin ningún tipo de identificador diferenciado, él dio el primer giro para mostrar la cultura ecuatoriana por medio de un producto de diseño, en el cual él tomó las Islas Galápagos y modificó los colores originales de sus animales emblemáticos y creó una colección de T-Shirts con sus tortugas rojas, piqueros verdes y lobos marinos azules los cuales se convirtieron en un souvenir muy común y bastante comprado por los extranjeros.

En una encuesta realizada por el MINTUR en el Ecuador el turismo cultural solo representa un 7% a diferencia de otros productos turísticos como son los circuitos generales, cruceros y ecoturismo.

En el trabajo de TAMARA FREIRE (2011) sobre "El manejo del turismo cultural en la región", nos indica cuáles son los principales factores del turismo cultural el cual busca promover la historia, los patrimonios, identidades y cultura de cada pueblo.

El turismo cultural se define como "Aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico" (SECTUR-CESTUR, Estudio Estratégico de Viabilidad de Turismo Cultural, 2002). Dado esta problemática se ha buscado la creación de un souvenir el cual promueva el turismo en el Ecuador, indicando los diferentes lugares turísticos del país pero que busque crear una conciencia cultural sobre aquellos lugares visitados.

## PÚBLICO OBJETIVO

Hombres y mujeres entre 20 a 35 años. Turistas nacionales y provenientes del extranjero (Norte América, América Latina y Europa).

Obtienen ingresos mensuales de \$500 a \$1000 aproximadamente. Poseen títulos de educación superior y/o maestrías. Disfrutan viajar, apreciar los paisajes y aprender sobre las culturas y tradiciones de un lugar. Es observador y respetuoso. Busca conservar algún tipo de recuerdo que les permita compartir las experiencias vividas en su visita o que pueda ser obsequiado a alguien que estiman.

## METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Aplicando la observación como herramienta de la investigación cualitativa. Se evidenció que las artesanías se han convertido en el único producto que los turistas pueden adquirir como souvenir.

Encontrado éste problema, se propone un producto de diseño que promueva los atractivos turísticos del Ecuador.

Mediante un Análisis del Entorno se conoció el estado en que se encuentra el país en el ámbito político, económico, socio-cultural y tecnológico en relación al Turismo. Se evidenció un panorama lleno de oportunidades para el producto.

Al analizar la viabilidad del producto, aplicando el análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), se concluyó que el producto sería nuevo en su categoría, ampliando así sus nichos en el mercado, sin ningún tipo de competencia directa. Sin embargo, es necesaria la búsqueda de medios que permitan reducir el costo de producción y encontrar los canales para promocionar el producto, tales como ferias de turismo en donde se daría a conocer los atributos que posee el libro y demostrarle a los visitantes y ciudadanos un nuevo tipo de souvenir.

Para conocer el entorno de un souvenir, se elaboró un mapa mental, en donde encontramos los actores (turistas, artesanos, ministerio de turismo, etc.), las características

(colores, texturas y materiales) y los canales de distribución (hoteles, aeropuertos, etc.).

Al determinar a los turistas cómo público objetivo, se analizó sus preferencias entre los souvenirs, mediante un concept board se fijaron las funciones y características que cumplirá el producto.

Una vez analizado el producto, se entrevistó a miembros del Ministerio de Turismo para conocer cuáles son los puntos con mayor afluencia de turistas, así como también los permisos y restricciones que deben cumplir los souvenirs en cuanto al uso de marca país, materiales, tamaños, etc.

Posteriormente se procedió con la elaboración de las piezas gráficas tomando en cuenta los principios de diseño generados por los resultados de la investigación.

## OBJETIVOS

### DE COMUNICACIÓN

Promover las diferentes ciudades turísticas del Ecuador mediante un producto gráfico editorial que muestre sus atractivos patrimoniales, naturales y culturales.

### DE DISEÑO

General:

Generar un producto editorial que sea interactivo acorde a los atractivos turísticos de cada ciudad, aportando al desarrollo turístico del país.

Específicos:

- Identificar las ciudades más visitadas por los turistas en el Ecuador para su representación gráfica.
- Definir un concepto visual para la elaboración del producto gráfico.
- Desarrollar un producto editorial con la técnica pop-up para la demostración de los atractivos turísticos.

## CRONOGRAMA

Descripción	Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Elección del tema																				
Recolección de datos																				
Análisis de la metodología																				
Conceptualización de línea gráfica																				
Bocetos																				
Elaboración de elementos gráficos																				
Diagramación de las piezas gráficas																				
Construcción del mecanismo pop-up																				
Armado y unión de las piezas																				
Revisión del proyecto																				
Última corrección del proyecto																				

## DISEÑO

### CONCEPTO CREATIVO

# Identidad Cultural

La **Identidad Cultural** es la base para la construcción de los elementos gráficos, tomando en cuenta los colores, texturas y arquitectura de cada ciudad.

### PROCESO DE BOCETOS

#### NAMING

Una de los mayores retos del proyecto fue generar un nombre que transmita la esencia que tienen los paisajes del Ecuador. Que muestre la identidad de los ecuatorianos y promueva así el turismo en el país.

Tomando como referencia a las “Las 7 maravillas del Mundo”, utilizamos éste título para generar “Las 4 maravillas del Ecuador”, dando referencia a las cuatro regiones del país. El problema de este naming, fue la poca pregnancia en el usuario.

Se propuso también “Paraísos del Ecuador” y “Tesoros del Ecuador”. Sin embargo, finalmente, se decidió por usar una lenguaje más propio del país, y crear “Rincones del Ecuador”, pues se conoce que en cada punto del territorio ecuatoriano, existe una gran diversidad, tanto cultural, étnica y biológica.

Las 4 maravillas  
del Ecuador

Tesoros del  
Ecuador

Paraísos  
del  
Ecuador

Rincones  
del  
Ecuador

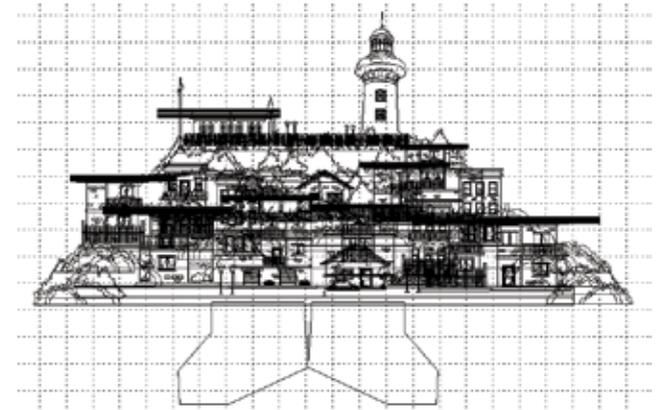
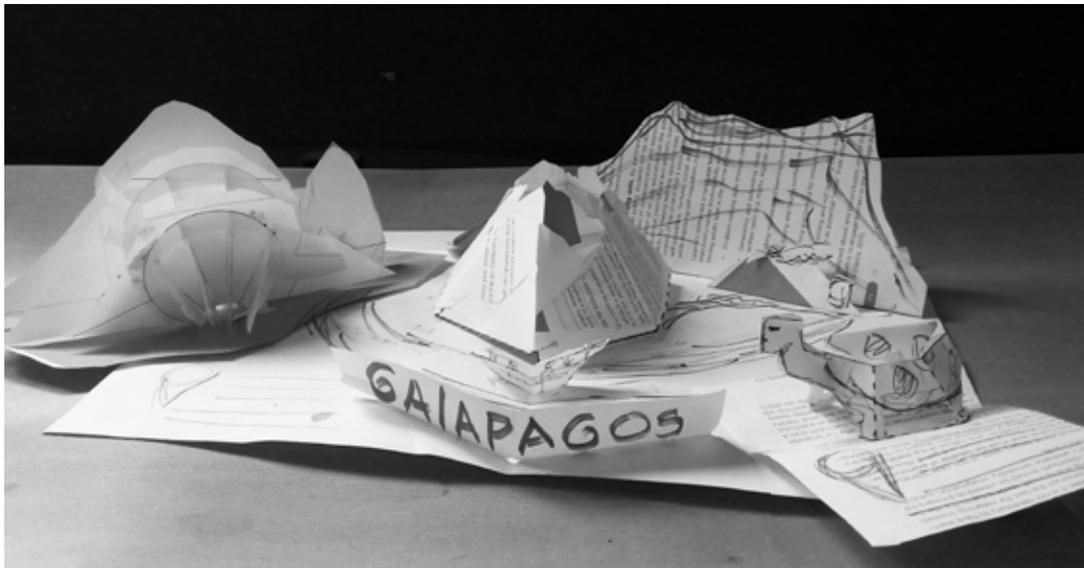
## ■ ESTRUCTURA POP-UP

En las primeras propuestas empleaban formas muy sencillas.

Al investigar más sobre las estructuras del pop-up, se pudo construir piezas más complejas según la arquitectura de cada ciudad, se tomó un elemento principal el cual está ubicado en medio del soporte para hacer más atractivo el libro al momento de abrirlo.



Una vez construidas las estructuras de cada ciudad, se desarmó las piezas para tomar medidas, escanearlas y empezar el proceso de ilustración.



Posteriormente de haber seleccionado los atractivos de cada ciudad se elaboraron las estructuras pop-up en las que serán representados. Para lo cual se definió la técnica, el tipo de pliegue, las dimensiones y su ubicación dentro del plano.

Es necesario respetar los espacios destinados a la diagramación de la información de los atractivos, así como también para la recreación de elementos visuales característicos de la ciudad.



## PRUEBA - ERROR

Se elaboraron prototipos en papel para la corrección de color, tamaño y ubicación de las piezas. Además verificar que el mecanismo de las bases funcione adecuadamente al momento de montar la estructura.



Se propuso realizar los posters de cada ciudad empleando la técnica de serigrafía. Sin embargo, al revelar los bastidores no dieron buenos resultados.



Bastidores con el diseño revelado.

Durante la impresión de los diseños sobre las cartulinas surgieron varios errores, tal fue el caso de los trazos finos que en el bastidor no habían quedado revelados correctamente, descartando así esta idea.

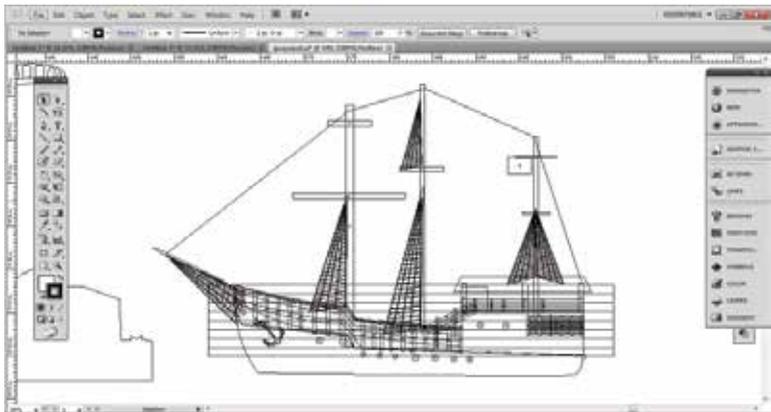


Error en impresión serigráfica.

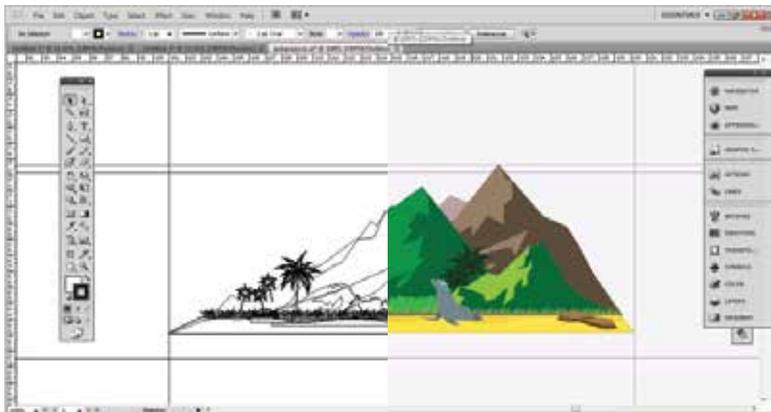
## ■ PROCESO TÉCNICO

## ■ ILUSTRACIÓN

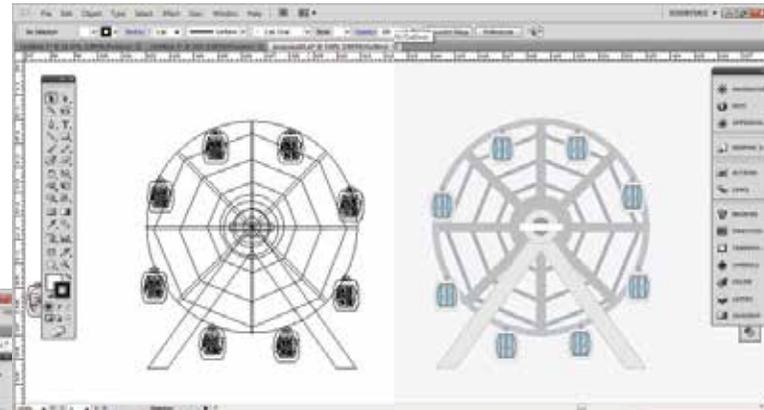
La ilustración de las piezas gráficas de tipo vectorial se realizó mediante colores planos y formas complejas. Los elementos de cada ciudad fueron replicados sin perder aquellos detalles que los identifican. Se empleó Adobe Illustrator como herramienta para el diseño de estas piezas.



Una vez vectorizado cada elemento se procedió a dar color a las piezas. Cada ciudad contiene una paleta de colores.

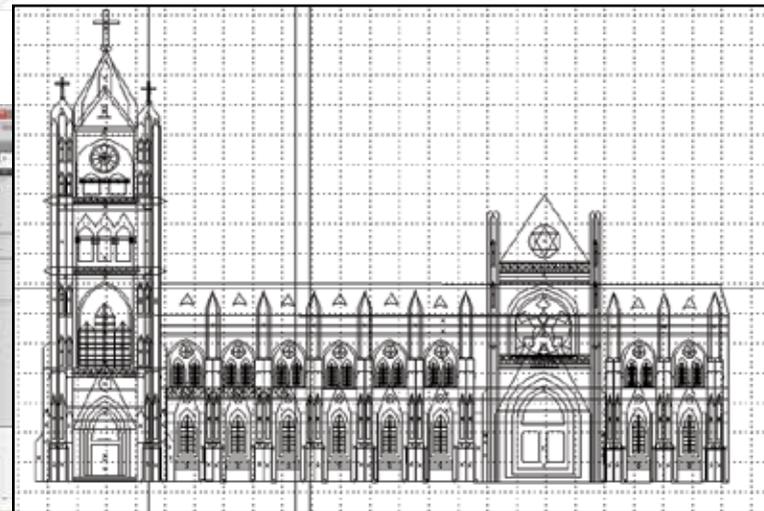


Montañas (Galápagos)



La Perla (Guayaquil)

Para la construcción de las piezas se empleó una retícula rectangular, creando así elementos simétricos que al momento del armado evite cualquier error.



Basílica del Voto Nacional (Quito)

## POP-UP

Empleando el Pop-Up de 180° se construyeron elementos en 3D que puedan ser apreciados en 360°. Las técnicas usadas son las siguientes:



1. Pliegue con ángulo recto



2. Pliegue con ángulo agudo



4. Pliegue con ángulo obtuso



3. Pliegue Puntiagudo



5. Pliegue asimétrico

### Pliegues en V

En esta técnica los pliegues convergen en el mismo punto al cerrarlos.



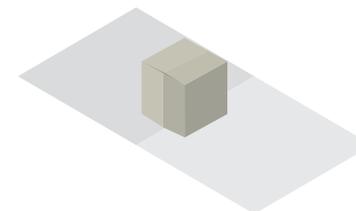
### Pliegue de Paralelas

Todos los pliegues son paralelos al línea central de la base. Este tipo de Pop-Up crea una cresta estable por encima de la línea del doblez.



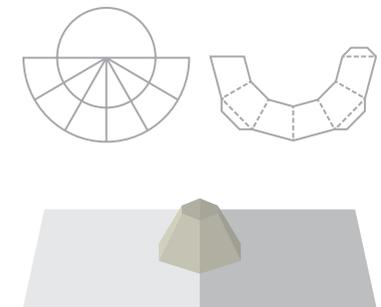
### Pliegue de Caja

Este mecanismo es altamente adaptable, es la base de muchos sólidos esculturales del Pop-Up. Esta figura se construye usando solamente cuatro pedazos de cartulina.



### Pliegue de Cono

Utilizando un compás, se dibuja dos arcos concéntricos. Luego los usamos para medir seis longitudes iguales en uno de ellos. Todas las líneas de doblez van desde estos puntos al centro de los círculos.



▣ DETALLE DE PIEZAS GRÁFICAS

▣ IMÁGEN CORPORATIVA



“Rincones del Ecuador”, entrega un producto de diseño como souvenir, totalmente diferente a las artesanías ya posicionadas. Por lo que construir una marca amigable, sencilla y natural.

Por medio de la tipografía simulando la manuscrita, comunicamos un mensaje cercano al humano, a los visitantes que buscan conocer, sentir, vivir Ecuador.

Empleando colores tierra se crea una atmósfera hogareña, acercando al usuario a la naturaleza, lo invitamos a admirar la belleza del Ecuador.

C: 22%	R: 149	C: 27%	R: 126
M: 13%	G: 154	M: 30%	G: 114
Y: 26%	B: 142	Y: 50%	B: 90
K: 30%		K: 40%	
#959A8E		#7E725A	

Las siguientes versiones del logotipo son las únicas permitidas.

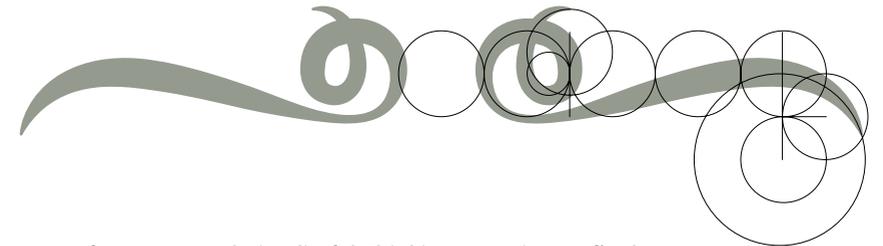


La fuente Bromello, de estilo manuscrito fue empleada para la tipografía del logotipo. Fue ligeramente modificada para estilizar los trazos.

Bromello

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  
1 2 3 4 5 6 7 8 9

Los ornamentos utilizados en el logotipo sirven de marcadores en la información que contienen las cartillas incluidas en las ciudades, así como en otras piezas gráficas, su estructura sigue una retícula formada por círculos, generando un elemento distintivo.



Como fuente secundaria Blissful Thinking, una tipografía de palo seco, será utilizada para resaltar los atractivos turísticos en cada una de las ciudades.

Blissful Thinking

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  
1 2 3 4 5 6 7 8 9

## LIBRO

A cada ciudad se le asignó doble página para emplear la técnica Pop-Up, ubicando los atractivos turísticos junto con una pequeña reseña que permitirá a los turistas conocer más sobre la ciudad representada.

# Galápagos

“Las Islas Encantadas” es como las han denominado los turistas. Es un conjunto de 13 islas de origen volcánico. Sus playas cubiertas de arena blanca y sus aguas turquesas son muy atractivas para sus visitantes.

En ellas Charles Darwin desarrolló su teoría de la evolución, al observar como las especies se adaptaban a las distintas condiciones que posee cada isla.



Los puntos con mayor visitantes en esta región son:

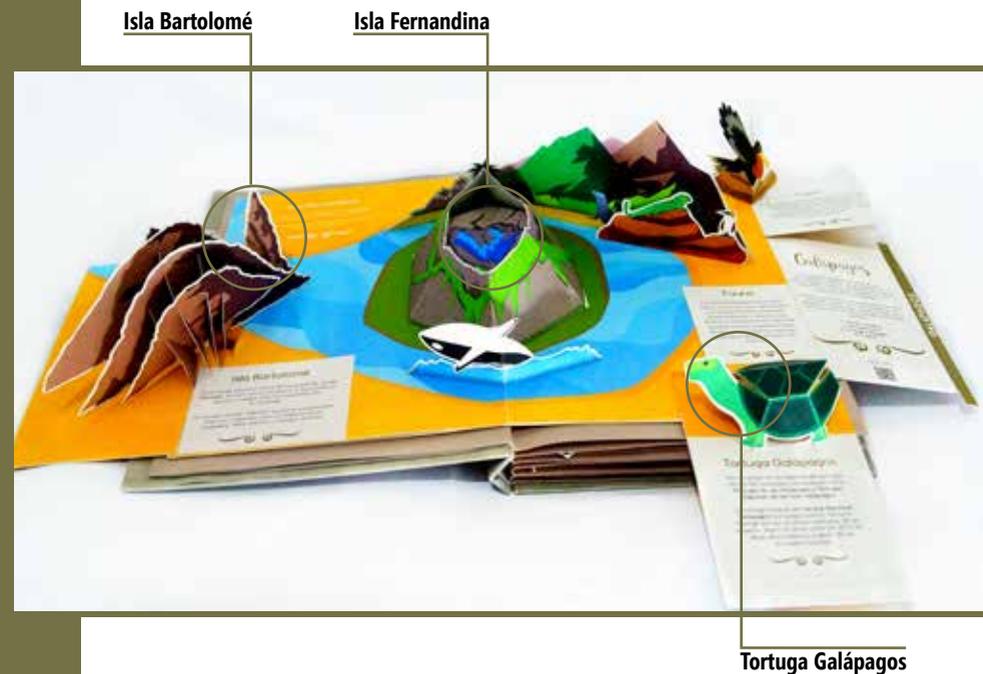
### 1. Isla Fernandina:

Es la tercera isla más grande del archipiélago de las Galápagos, tras Isabela y Santa Cruz. Uno de los volcanes más activos del mundo se encuentra en esta isla.

### 2. Isla Bartolomé:

Es un islote volcánico cerca de las costas de la Isla Santiago. En ésta isla se encuentra la Roca Pináculo que es la imagen más representativa del archipiélago.

En este lugar es posible realizar deportes acuáticos que permiten observar a especies como el pingüino de las Galápagos, lobos marinos y tortugas marinas.



Tortuga Galápagos

### 3. Tortugas Galápagos:

Son un grupo de 10 especies de tortugas terrestres conocidas comúnmente como Tortugas de las Galápagos o Tortugas Gigantes de las Islas Galápagos.

La tortuga insignia del Parque Nacional Galápagos conocida como El Solitario George por ser el último ejemplar de su especie. Murió el 24 de junio del 2012 sin dejar descendencia a pesar de los múltiples intentos.

### 4. Fragata

También conocida como fragata magnífica o fragata real. Lo característicos de estas aves es su pecho de color rojo, presente en los machos.

Tomando los colores de los paisajes de ésta región dio como resultado la siguiente paleta de colores:



# Guayaquil

Situada en las orillas del río Guayas esta ciudad es conocida como "La Perla del Pacífico". Es la ciudad con más habitantes en el Ecuador.

Existe una leyenda de la cultura Huancavilca, que el nombre de la ciudad fue en honor a su cacique "Guayas" y su esposa "Quil".

Es la cuna de la libertad del territorio ecuatoriano, pues fue la primera ciudad en proclamar su independencia el 9 de octubre de 1820.



Entro los atractivos turísticos de esta ciudad podemos mencionar los siguientes:

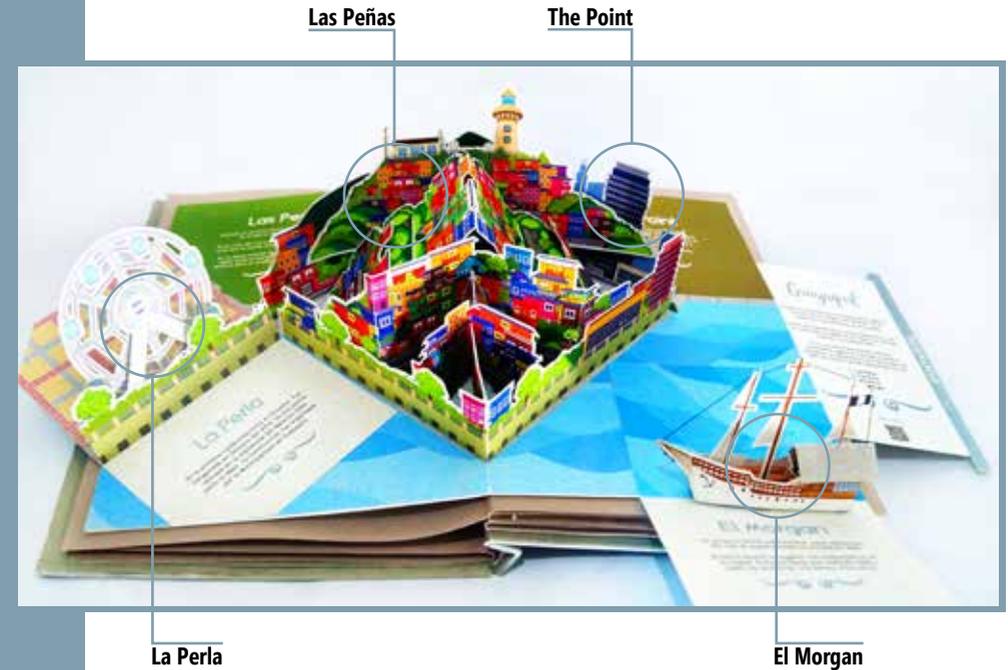
## 1. Las Peñas:

El barrio más antiguo de Guayaquil, ubicado sobre el Cerro Santa Ana. Las casas con fachadas pintorescas reciben a cientos de visitantes al día que pueden degustar de la gastronomía típica en algunos restaurantes y cafés así como también pueden adquirir artesanías o visitar galerías de arte.

Subiendo 44 escalones en la cima encontrarán un faro, una capilla y un Museo Naval en donde se encuentran cañones y otros artefactos que se utilizaban cuando la ciudad era atacada por los piratas. Desde la cima se puede tener una vista panorámica de la ciudad.

## 2. The Point:

Inaugurado en el 2016, es el edificio más alto del Ecuador. Superó al edificio de "La Previsora", considerado por muchos años como el edificio más alto de la ciudad y del país. Pertenece a la corporación NOBIS.



## 3. El Morgan:

Es una embarcación que funciona como restaurant al cual se puede abordar desde el Malecón 2000.

Recorre las aguas del Río Guayas en donde se puede apreciar varios atractivos de la ciudad.

## 3. La Perla:

Uno de los atractivos más recientes de Guayaquil, se encuentra en la explanada del Malecón 2000, su construcción fue dirigida por el Municipio de Guayaquil. Es la primera rueda moscovita en el Ecuador.

La siguiente paleta de colores fue empleada en las viviendas, áreas verdes y en el río:



# Quito

“La Carita de Dios” es como la han apodado a esta ciudad. Capital de la República del Ecuador. Es la ciudad más antigua de Sudamérica.

Se encuentra oculta entre las empinadas cumbres de la Cordillera de los Andes. Durante el periodo Inca, fue una de las ciudades más importantes del Tahuantinsuyo.

Tras la conquista española, la fusión de los cimientos incas y la arquitectura colonial dan como resultado un estilo único que podemos apreciar en los siguientes atractivos:



## 1. Basílica del Voto Nacional:

También conocida como Basílica de San Juan o de la Consagración de Jesús. Durante su construcción se dio paulatinamente, pues los inconvenientes tanto gubernamentales como de presupuesto, afectaron la culminación de la obra.

La estructura tal y como se encuentra fue terminada en 1924, cuando comenzaron a realizarse las misas en las naves central y el repicar de las campanas de las torres. Fue bendecida por Juan Pablo II.

## 2. El Panecillo:

El panecillo divide la ciudad entre norte y sur y permite tener una vista de todo Quito, en la cima del panecillo se encuentra la virgen alada o la virgen de Quito.

Existe un pequeño mirador el cual permite observar varios de los picos y volcanes de la cordillera de Quito.



Volcán Pichincha

El Panecillo

Mitad del Mundo

Basílica del Voto Nacional

## 3. Mitad del Mundo:

Se encuentra ubicada al norte de Quito, en la parroquia San Antonio. Resalta la ubicación exacta de la línea ecuatorial o ecuador, de la cual el país toma su nombre. También encontramos el Museo Etnográfico Mitad del Mundo, un museo sobre la etnografía indígena del Ecuador.

## 4. Volcán Pichincha:

Quito, capital ecuatoriana se encuentra en las faldas del Volcán Pichincha con una elevación de 4784 m.

El 24 de mayo de 1822 en sus faldas del lado oriental, tuvo lugar la Batalla del Pichincha, que proclamó la Independencia de la República del Ecuador.

Tomando como referencia la arquitectura de esta ciudad se creó la siguiente paleta de colores:



# Yasuni

Mayormente conocido por poseer la mayor cantidad de biodiversidad por kilómetro cuadrado del planeta. El Parque Nacional Yasuní comprende alrededor de 9820 Km<sup>2</sup>.

En 1989 la UNESCO declaró al parque como Bio-Reserva y Herencia Cultural debido a su excepcional diversidad y la presencia de los pueblos Taromenane y Tagaeri.



## 1. Saladero de Loros:

Es una formación natural causada por la erosión. Cientos de aves de distintas especies acuden a éste lugar a alimentarse de los sedimentos ricos en minerales que les benefician en su digestión. A éste atractivo se puede acceder a éste sitio desde Coca, tomando una embarcación por dos horas hasta llegar al Parque Nacional Yasuní, donde existen senderos y demás servicios.

## 2. Selva:

La selva del Yasuní cuenta con el mayor número de especies de árboles por hectárea del mundo. Además existe gran acumulación de especies de anfibios, reptiles, aves y mamíferos.

## 3. Los Huaorani:

Son un pueblo que habita al noreste de la región Amazónica, entre las cuencas del río Napo y el río Curaray.

Su territorio se encuentra amenazado por la explotación petrolera. Éstas tribus rodeadas de tantas especies han convertido a algunas de ellas en sus divinidades, tal es el caso del Jaguar.

Selva

Salero de Loros



Los Huaorani

Jaguar

## 4. Jaguar

Al ser un animal "sigiloso y esquivo", es considerado por los pueblos indígenas como un ser protector.

En el Ecuador se encuentran subespecies ubicadas en la Costa y Amazonía. Sin embargo en Yasuní habría la mayor cantidad de ejemplares con un número que sobrepasa a los mil.

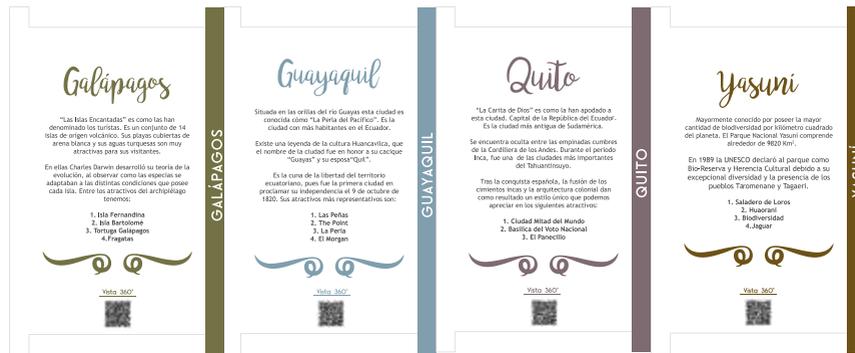
Esta especie es amenazada por la caza, debida al pelaje y al tráfico de dientes de Jaguar, que ha disminuido, pero aún se registra de manera ilegal.

La naturaleza de esta zona fue el principal referente para la creación de la siguiente paleta de colores:



## CARTILLAS

Cada ciudad cuenta con una cartilla la cual se puede desplegar desde una pestaña. Esta cartilla contiene una pequeña reseña de la ciudad, además tendrá un código QR que al escanearlo dirige al usuario a una vista 360° de un lugar de la ciudad. Además se le facilitarán varias ofertas de hoteles y restaurantes.



## CUBIERTA Y PACKAGING

El diseño de la cubierta y del empaque tomaron como referencia los tejidos indígenas presentes en las artesanías, debido a esto se emplearon los rombos, debido a esto se emplearon los rombos. En la portada se representaron icónicamente las ciudades incluidas en esta edición.

Para asegurar la protección de las páginas internas el libro cuenta con una pasta dura que permitirá abrir y desplegar las piezas sin ningún inconveniente.

Por otro lado, el packaging impreso en adhesivo y sobre cartón gris permite la conservación y transportación del libro.



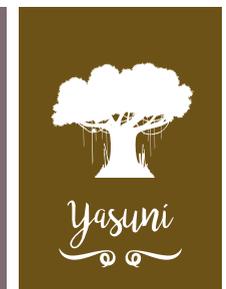
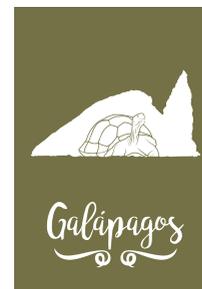
## POSTALES

Para promocionar el libro se incluyó una serie de postales, las cuales muestran figuras de cada ciudad. En la parte posterior tiene un área para redactar un mensaje y también posee un espacio para colocar algún tipo de estampilla.



## POSTERS

Al elaborar los posters se tomó un elemento principal de cada ciudad y se empleó un color característico de la misma.



## PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO GRÁFICO

Las piezas gráficas deberán seguir las siguientes especificaciones al momento de impresión:

### PÁGINAS INTERIORES



Impresión Full Color  
Cartulina Fabriano de 220gr.

**Medidas:**

Ancho: 45cm  
Alto: 32 cm

**\*Aplicado también en postales y piezas pop - up.**

### CUBIERTA



Impresión Full Color  
Papel couché brillante de 60gr.  
Pegado sobre pasta dura.

**Medidas:**

Ancho: 25cm  
Alto: 34 cm  
Lomo: 4 cm

### PACKAGING



Impresión Full Color  
Papel Adhesivo.  
Base de cartón gris de 300gr.

**Medidas:**

Ancho: 26 cm  
Alto: 35,5 cm  
Volúmen: 6 cm

### POSTERS



Impresión Full Color  
Papel couché brillante de 60gr.  
Formato A3.



## PRESUPUESTO

Proyecto de diseño editorial.

		Unitario	Total
<b>EGRESOS</b>		<b>\$ 2800</b>	
<b>Gastos</b>	<b>Costos fijos</b>		
	Servicios básicos	\$50	\$ 50
	Movilización	\$50	\$ 50
2	Sueldos diseñadores	\$500	\$ 1000
	Imprevistos	\$100	\$ 100
	<b>Total Mes 01 a 04</b>		<b>\$ 2800</b>
<b>Diseño</b>	<b>Investigación + desarrollo</b>		
	Concepto creativo	\$500	\$ 500
	Diseño de propuestas (pruebas)	\$250	\$ 250
	Digitalización de propuestas	\$400	\$ 400
	Diagramación	\$250	\$ 250
	Prototipo final	\$300	\$ 300
	<b>Total Mes 01 a 03</b>		<b>\$ 5100</b>
<b>Comunicación</b>	<b>Diseño de piezas gráficas</b>		
	Pósters	\$ 20	\$ 20
	Volantes	\$ 25	\$ 25
	Postales	\$ 30	\$ 20
	<b>Total Mes 03 a 04</b>		<b>\$ 65</b>
<b>INVERSIÓN</b>		<b>\$ 8000</b>	
	<b>Implementación</b>		
	Banners	\$ 25	\$ 25
	Stands	\$ 150	\$ 150
	Roll Ups	\$ 200	\$ 200
	<b>Total Mes</b>		<b>\$ 375</b>
<b>Total</b>	<b>Egresos +ingresos Mes 01 a 04</b>		<b>\$ 7965</b>

## RESULTADOS

Como resultado final se obtuvo el libro Pop-up donde están 4 ciudades turísticas del Ecuador una por cada región, además en la parte final del libro se ha dejado un espacio donde el turista pueda colocar fotografías de su viaje en el país, el cual le permita dar un uso extra al libro como un álbum de fotos y que este pueda ser dado como un regalo, también están una serie de postales que muestran las diferentes figuras ilustradas del libro así como un poster promocional por cada ciudad y el packaging el cual contiene todo el producto.

Se pudo comprobar el funcionamiento correcto de todas las piezas y la facilidad que tenían las personas al momento de abrir el libro así como el identificar y en ciertos puntos relacionarse con cada lugar, también se puso en prueba el uso del código QR que ayudaba a tener una vista más realista de los lugares mencionados.

En relación al libro se puede decir que obtuvo un alto grado de aceptación por parte del público, además de que logró despertar el interés y la curiosidad de las personas que interactuaban con el libro, se pudo también observar que fue acogido como un producto para compartir en familia lo cual era lo que se esperaba desde un principio y el hecho de ser un pop up motivaba a las personas a verlo más de una vez.

## CONCLUSIONES

Mediante el proceso de investigación se examinó el mercado de souvenirs en el Ecuador, en su totalidad, las artesanías ocupaban el mayor porcentaje del nicho. Por esta razón por medio del análisis del entorno, entrevistas y pizarras gráficas se obtuvo información.

Este producto gráfico editorial, propuesto permitirá mostrar los atractivos turísticos no sólo como un lugar, sino comunicar la historia y/o características que poseen, además de educar a sus visitantes y a sus propios ciudadanos.

Cómo recomendación se propone alianzas con el Ministerio de Turismo, aerolíneas nacionales y hoteles que permitan promocionar el libro y aumentar su consumo.

## BIBLIOGRAFÍA

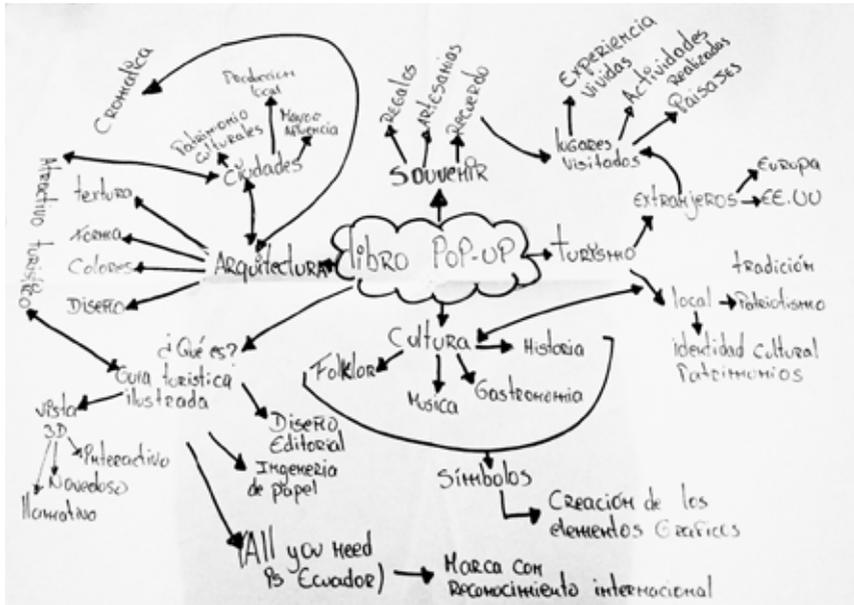
Lazo Galán y Juan Carlos. (Agosto 2014).Patrimonio cultural. Revista de la Universidad del Azuay. Recuperado de <https://www.uazuay.edu.ec/bibliotecas/publicaciones/UV-64.pdf>

Nuevos souvenirs con el slogan 'All You Need Is Ecuador' (2015, 29 de Enero).Ministerio de Turismo. Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/nuevos-souvenirs-con-elslogan/all-you-need-is-ecuador-tienen-gran-acogida-enel-pais/>

Tamara,F. (2010). El manejo del turismo cultural en la región (tesis de pregrado). Universidad de Cuenca, Cuenca, Ecuador.  
Tapia,E. (2015,1 de Octubre).Siete datos claves sobre el desarrollo turístico del Ecuador. Revista Líderes. Recuperado de <http://www.revistalideres.ec/lideres/datos-clavesdesarrollo-turistico-ecuador.html>

Turismo cultural (2015, 14 de mayo).Sectur. Recuperado de <http://www.sectur.gob.mx/hashtag/2015/05/14/turismocultural/>

## ANEXOS



Mapa Mental.



Concept Board.



Visita a oficinas del Ministerio de Turismo. Edificio del Gobierno Zonal de Guayaquil.



Selección del material para elaboración del libro.

