



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

TEMA:

“DISEÑO Y CREACIÓN DE UNA REVISTA TURISTICA PARA MEJORAR EL DESARROLLO SOCIAL Y ECONÓMICO DEL SECTOR DE YAHUARCOCHA DURANTE EL PERIODO 2011-2012”

Trabajo de grado previo a la obtención del título de licenciadas en Diseño Gráfico

AUTORAS:

Criollo Bejarano Paola Gabriela
Trujillo Pilataxi Carmen Beatriz

DIRECTOR:

Lic. Oswaldo Portilla.

Ibarra - 2012

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

En calidad de Director de la Tesis Titulada: “DISEÑO Y CREACIÓN DE UNA REVISTA TURÍSTICA PARA MEJORAR EL DESARROLLO SOCIAL Y ECONÓMICO DEL SECTOR DE YAHUARCOCHA DURANTE EL PERÍODO 2011-2012”, de las egresadas: Criollo Bejarano Paola Gabriela y Trujillo Pilataxi Carmen Beatriz, de la especialidad de Diseño Gráfico, considero que el presente informe de investigación reúne todos los requisitos para ser sometido a la evaluación del Jurado Examinador que el Honorable Consejo Directivo de la Facultad designe.

Ibarra, 04 de Abril del 2012

LIC. OSWALDO PORTILLA
DIRECTOR

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico a todos los que tienen en sus manos la responsabilidad del desarrollo del ser humano, con mucho amor para mis padres quienes han sido la fortaleza más importante para cumplir con este objetivo, de igual manera al resto de mi familia, profesores y amigos que de una u otra manera me han apoyado para llegar con éxito a la culminación de esta etapa en la vida apoyándome incondicionalmente.

Paola

Con infinito amor para mi hijo, esposo y madre quienes han sido la fortaleza más importante para cumplir con esta meta, por su apoyo incondicional les consagro en el altar de mi corazón.

Carmen

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Técnica del Norte por haber posibilitado una oportunidad de superación y aprendizaje que garantizan un éxito personal y profesional.

Un agradecimiento especial al Lic. Oswaldo Portilla Director de Tesis y Dra. Lucía López, quienes nos han guiado y contribuido permanentemente en este trabajo de grado con pautas para su elaboración de manera pedagógica y didáctica.

A nuestros familiares quien con infinito amor a través de la vida han sabido guiarnos con su ejemplo de trabajo y honestidad, por todo su esfuerzo reflejado y por su constante apoyo que ha permitido alcanzar esta meta personal y profesional, agradecemos también a la Institución que abrió sus puertas para realizar este trabajo investigativo y poder culminar esta etapa importante en la vida.

Las Autoras

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS	v
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiii
INTRODUCCIÓN	xiv
CAPITULO I	1
1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	1
1.1 Antecedentes	1
1.2 Planteamiento del Problema	3
1.3 Formulación del Problema	4
1.4 Delimitación del problema	4
1.4.1 Unidades de observación	4
1.4.2 Delimitación Espacial	5
1.4.3 Delimitación Temporal	5
1.5 Objetivos	5
1.5.1 Objetivo General	5
1.5.2 Objetivos Específicos	5
1.6. Justificación	6
1.7. Factibilidad	7
CAPITULO II	8
2. MARCO TEÓRICO	8
2.1. Fundamentación Teórica	8
2.1.1 Fundamentación Científica	8
2.1.2 Fundamentación Psicológica	8

2.1.3	Fundamentación Educativa	9
2.1.4	Fundamentación Social	9
2.1.5	Fundamentación Tecnológica	10
2.1.6	Fundamentación Ecológica	11
2.1.7	Fundamentación Turística	13
2.1.8	La Organización Mundial del Turismo	14
2.1.9	Laguna de San Miguel de Yahuarcocha	15
2.1.9.1	Clima	15
2.1.9.2	Hidrografía	15
2.1.9.3	Potencial eco-turístico de la laguna de Yahuarcocha	16
2.1.9.4	Fauna	16
2.1.9.5	Flora	17
2.1.9.6	Yahuarcocha y su Identidad Cultural	17
2.1.9.7	Tradición oral	17
2.1.9.8	Cuentos	17
2.1.9.9	Gastronomía	18
2.1.9.10	Fiestas Populares	18
2.1.10	Teorías del Diseño Gráfico	18
2.1.10.1	Teorías Generales	18
2.1.10.2	Teoría de Gestalt	20
2.1.11	Diseño Editorial	21
2.1.11.1	Diagramación	23
2.1.11.2	La Composición	25
2.1.11.3	La Imagen	27
2.1.11.4	Color	28
2.1.11.5	Colores Cromáticos	29
2.1.11.6	Retícula	30

2.1.11.7	Formatos en Diseño Editorial	31
2.1.11.8	Establecer los Márgenes	32
2.1.12	Elementos y su Importancia	33
2.1.12.1	El Titular	33
2.1.12.2	Los Subtítulos	34
2.1.12.3	El Cuerpo de Texto	35
2.1.12.4	Pie de Foto	35
2.1.12.5	El Folio	35
2.1.12.6	Fotografía e Ilustración	36
2.1.12.7	La Fotografía	36
2.1.12.8	Selección de Fotografías	37
2.1.12.9	La Ilustración	38
2.1.12.10	El Logotipo	38
2.1.12.11	Espacios en Blanco	39
2.1.12.12	Secciones y partes de la Publicación	39
2.1.12.13	El Reportaje	39
2.1.12.14	El Slogan	40
2.1.12.15	El Flash	40
2.1.13	Tipografía, Capitulares y Filetes	41
2.1.13.1	La Elección Tipográfica	41
2.1.13.2	Capitulares	41
2.1.13.3	Filete	41
2.1.13.4	El Logotipo	42
2.1.13.5	Tipos de Marca	43
2.1.14	Turismo	45
2.1.14.1	Mercado Turístico	45
2.1.14.2	Servicio Turístico	46

2.1.14.3	Atractivos Turísticos	47
2.1.14.4	Producto Turístico	47
2.1.14.5	Desarrollo Social	48
2.1.14.6	Desarrollo Económico	48
2.2	Posicionamiento Teórico Personal	49
2.3	Glosario de Términos	50
2.4	Interrogantes de la Investigación	52
CAPITULO III		53
3.	METODOLOGIA DE INVESTIGACIÓN	53
3.1	Tipos de Investigación	53
3.1.1	Investigación de Campo	54
3.1.2	Investigación Documental	54
3.1.3	Proyecto Factible	54
3.2	Métodos	55
3.2.1	Recolección de Información	55
3.2.2	Científico	55
3.2.3	Analítico	55
3.2.4	Sintético	56
3.2.5	Inductivo	56
3.2.6	Deductivo	56
3.2.7	Estadístico	56
3.3	Técnicas e Instrumentos	57
3.3.1	Encuestas	57
3.3.2	La Entrevista	57
3.4	Población Asociaciones	57
3.5	Muestra	58
3.5.1	Fracción Muestral	59

3.6	Población Turistas	60
3.7	Muestra	60
CAPÍTULO IV		61
4.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	61
4.1.1	Análisis descriptivo e individual aplicado a los Turistas	62
4.1.2	Análisis descriptivo aplicado a los Propietarios de los locales de la Asociación Yahuarcocha	72
CAPÍTULO V		82
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	82
5.1.	Conclusiones	82
5.2.	Recomendaciones	83
CAPÍTULO VI		84
6	PROPUESTA ALTERNATIVA	84
6.1	Título	84
6.2	Justificación e Importancia	84
6.3.	Fundamentación	85
6.3.1	Teoría de la Comunicación	85
6.3.2	Diseño	87
6.3.3	Diseño Editorial	89
6.3.3.1	Diagramación	89
6.3.3.2	La Composición	90
6.3.3.3	La Imagen	91
6.3.3.4	Color	92
6.3.3.5	Retícula	92
6.3.3.6	Formatos en Diseño Editorial	94
6.3.3.7	Fotografía e Ilustración	95
6.3.3.8	La Ilustración	95

6.3.3.9	El Logotipo	96
6.3.3.10	Espacios en Blanco	96
6.3.3.11	Secciones y partes de la publicación	97
6.3.3.12	La Elección Tipográfica	97
6.3.3.13	El Logotipo	98
6.3.3.14	Material o soporte	98
6.4	Objetivos	99
6.4.1	Objetivo General	99
6.4.2	Objetivos Específicos	99
6.5	Ubicación Sectorial y Física	100
6.6	Desarrollo de La Propuesta	101
6.6.1	Soporte / Formato	101
6.6.1.2	Soporte: Impreso, (revista turística)	101
6.6.1.3	Formato	102
6.6.1.4	Nombre	102
6.6.1.5	Grupo Objetivo (target)	102
6.6.2	Concepto Editorial	103
6.1.3	Espacio	104
6.6.3	Retícula	105
6.6.4	Diagramación	106
6.6.4.1	Logotipo	107
6.6.4.2	Tipografía	107
6.6.4.3	Diseño Portada	107
6.6.4.4	Contraportada	108
6.6.4.5	Contraportadas interiores	108
6.6.4.6	Créditos	108
6.6.4.7	Índice -Contenido	109

6.6.4.8	Numero de hojas y páginas	109
6.6.4.9	Secciones	109
6.6.4.10	Temas y Subtemas	110
6.6.4.11	Navegación	111
6.6.4.12	Espacios Publicitarios	111
6.7	Impactos	112
6.7.1	Impacto Social	112
6.7.2	Impacto Educativo	112
6.7.3	Impacto Económico	112
6.8	Difusión	112
6.8.1	Financiamiento	113
6.8.2	Canales de Comercialización	113
6.8.3	Precio	113
6.9	Bibliografía	114
6.10	Lincografía	115
ANEXOS		116
Árbol de Problemas		117
Matriz de Coherencia		118
Matriz Categorial		119
Encuestas		120
Certificaciones		124

“DISEÑO Y CREACIÓN DE UNA REVISTA TURISTICA PARA MEJORAR EL DESARROLLO SOCIAL Y ECONÓMICO DEL SECTOR DE YAHUARCOCHA DURANTE EL PERIODO 2011-2012”

Autoras: Criollo Bejarano Paola Gabriela
Trujillo Pilataxi Carmen Beatriz

Tutor: Lic. Oswaldo Portilla

RESUMEN

La presente investigación se refirió al “Diseño y creación de una revista turística para mejorar el desarrollo social y económico del sector de Yahuarcocha durante el período 2011-2012, la investigación permitió conocer cuál es la opinión de los propietarios de los locales de la Asociación Yahuarcocha y los Turistas acerca de la realidad Turística, para dar respuesta a esta serie de inquietudes se planteó los siguientes objetivos Diagnosticar la realidad turística del Sector de San Miguel de Yahuarcocha, además identificar cuáles son los medios de promoción publicitaria de los atractivos turísticos del sector y finalmente recopilar información acerca de los atractivos turísticos y posteriormente proceder a la creación de la revista turística para mejorar el desarrollo socioeconómico del sector. Dentro del Planteamiento del problema existen muchas causas que configuran el problema, no existe suficiente información de la temática, no existe personas que se responsabilicen en difundir los atractivos turísticos del sector a través de diferentes medios publicitarios. Para la construcción del marco teórico se utilizó libros, revistas, internet y como fuentes secundarias se recurrió a la opinión de los pobladores. Por la modalidad de investigación se utilizó investigación de campo, documental y un proyecto factible, se basó en una investigación, no experimental, exploratoria, descriptiva, propositiva. Los investigados fueron los turistas que concurren al sector y los propietarios de los locales de la Asociación Yahuarcocha, quienes se constituyeron en la población y grupo de estudio. La encuesta fue la técnica de investigación que permitió recabar información relacionada con el problema de estudio. Después de conocer los resultados se creó revista turística con el nombre titulado “Yahuarcocha un rincón natural lleno de historia y leyenda”, su nombre se debe a un lago de origen glaciar que guarda celosamente sus leyendas que se deriva de las raíces quichuas Yahuar-sangre y Cocha- lago. “lago de sangre”, en lengua aborígen aquí se llevó a cabo la batalla que selló la campaña conquistadora de los incas. Con el único fin de que mejore el desarrollo social y económico del sector San Miguel de Yahuarcocha para la población, autoridades y asociaciones investigadas 2011 – 2012.

“DESIGN AND CREATION OF A TOURIST MAGAZINE TO IMPROVE
SOCIAL AND ECONOMIC SECTOR DURING 2011-2012 YAHUARCOCHA”

Autoras: Criollo Bejarano Paola Gabriela
Trujillo Pilataxi Carmen Beatriz

Tutor: Lic. Oswaldo Portilla

ABSTRACT

The present investigation was referred to the "Design and build a tourist magazine to improve the social and economic development Yahuarcocha sector during the period 2011-2012, the research allowed to know the opinion models owners of the premises of the Association and Yahuarcocha Tourists Tourist about reality, to respond to this set of concerns were raised following objectives Diagnose the tourism situation Sector San Miguel de Yahuarcocha also identify the means of advertising promotion of the tourist attractions of the sector and finally collect information about attractions and then proceed to the creation of the tourist magazine to improve the socioeconomic development of the sector. Problem Inside there is many causes that make up the problem, there is insufficient information on the subject, there is people who take responsibility to disseminate the attractions sector through different media. To build the theoretical framework used books, magazines, internet and secondary sources were used to the views of residents. For the type of research used field research, documentary and a feasible project, was based on research, not experimental, exploratory, descriptive, proposals. The investigated were the tourists who go to the sector and the owners of the premises of the Association Yahuarcocha, who constituted the study group population. The survey was the research technique that allowed to collect information related to the problem of study. After the results were created with the name tourist magazine entitled "Yahuarcocha a natural corner full of history and legend," his name is due to a glacial lake that jealously guards its legends that derives from the Quechua roots Yahuar-blood and Cocha-lake. "Lake of blood" in Aboriginal language here was carried out the campaign battle that sealed the conquest of the Incas. With the sole purpose of improving the social and economic development sector of San Miguel Yahuarcocha for the population, authorities and associations surveyed from 2011 to 2012.

INTRODUCCIÓN

Yahuarcocha situado al noreste de la ciudad de Ibarra es uno de los centros históricos culturales turísticos que constituyen hoy un importante destino turístico nacional e internacional de reconocido prestigio, especialmente en el ámbito deportivo por las competencias automovilísticas.

Estos se suma los pintorescos paisajes y recursos turísticos, que han hecho de Yahuarcocha el principal centro de recreación y parada obligatoria para la distracción y el deleite de los turistas que llegan a este sector. El reto está en mejorar la oferta turística disponible y diversificar los servicios y actividades que se pueden ofrecer a los turistas, con la finalidad de buscar que los visitantes pernoten en el lugar.

Quienes hemos realizado el siguiente proyecto consideramos que es importante fortalecer el turismo, ya que es uno de los principales fuentes de divisas tanto para el país como para la provincia de Imbabura, Yahuarcocha es uno de esos atractivos por lo que a través de esta propuesta queremos generar un turismo sostenible. Con el diseño y creación de la revista turística se pretende lograr una imagen positiva de Yahuarcocha.

La realización de este trabajo contribuyó en el desarrollo del sector de Yahuarcocha ya que no solo se dedica a la venta de comidas; sino también al turismo.

El trabajo de grado está estructurado de los siguientes capítulos, para su mejor organización y sistematización, como la Facultad de Educación Ciencia y Tecnología lo requiere:

Capítulo I.- Comprende el Problema de investigación, los antecedentes, y se menciona brevemente el lugar a investigarse y la importancia que tiene los atractivos turísticos de Yahuarcocha. El planteamiento del problema comprende el análisis de las causas y efectos que ayudan a desarrollar y conocer la situación actual del problema. La formulación del problema, la delimitación está comprendida por unidades de observación.

Capítulo II.- Aquí se comprende la fundamentación teórica, la base científica que sustenta al problema de investigación el posicionamiento teórico personal. Glosario de términos, interrogantes de Investigación.

Capítulo III.- En este capítulo se describe la metodología que comprende los tipos de investigación, los métodos, técnicas e instrumentos que permiten recolectar información y a la vez cumplir los objetivos propuestos en la investigación, la población y la muestra representativa.

Capítulo IV.- Se analiza e interpreta los resultados de las encuestas, cuestionarios aplicados a los turistas y propietarios de los locales de la Asociación de Yahuarcocha para conocer más a fondo de la situación del problema en este caso los atractivos turísticos.

Capítulo V.- Aquí se señala las conclusiones y recomendaciones en base a lo que contestaron el cuestionario de la encuesta, los turistas y propietarios de los locales, y posibles soluciones de los problemas.

Capítulo VI.- Se refiere al desarrollo de la propuesta alternativa planteada para solucionar el problema, consta de las siguientes etapas: Título, Justificación, Fundamentación, Descripción de la Propuesta, Desarrollo de la Propuesta, Impacto, Difusión, Bibliografía.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Antecedentes

Uno de los más interesantes atractivos de Ibarra es escenario natural de Yahuarcocha, convertido en el paseo obligado de los ibarreños y de muchos visitantes del interior del país que llegan a este mágico escenario. El nombre de Yahuarcocha, lago de sangre, uno de los más importantes símbolos de la identidad ibarreña, nos remonta a la historia lejana.

Nos trae a la memoria las trágicas leyendas de soberanía y heroísmo escritas por los Caranquis en su desigual lucha de 17 años contra el invasor Inca Huayna Cápac y la muerte de cerca de 20 mil hombres de la confederación Quito-Caranqui, cuyos cuerpos heridos de muerte, tiñeron de sangre la laguna.

Ese pasado histórico puede comprobarse en las tolas del Tablón, en la parte oriental, en el Pucará de Yahuarcocha, en la loma del Churo y un poco más lejos, a menos de dos kilómetros al norte, en el área de Socapamba, hoy recuperado el espejo lacustre. Yahuarcocha es un destino que no puede dejar de visitarse, establecimientos hoteleros, un anillo asfáltico de diez kilómetros – el autódromo – permite recorrer todo el borde de la laguna.

El autódromo Internacional José Tobar Tobar, en el sector noroccidental, constituyen una suma de elementos que convierten a este sitio en uno de los más hermosos atractivos de la ciudad.

Pero en la actualidad la laguna ha sufrido autodestrucción. Su recuperación es posible pero a largo plazo. En dos años bajó el agua como diez metros.

El espejo de agua disminuyó hasta el 2002 a un promedio de 40 centímetros por año. El origen está en la deforestación de las colinas circundantes, el sobre pastoreo en las riberas y el desvío de los cauces adyacentes.

En algunos sectores crece la planta acuática llamada coya, que merma la amplitud de la laguna. A esto se suma la contaminación del agua, que hace dos meses causó una mortandad de peces. Para el turismo no hay guías ni control policial.

A Yahuarcocha le hace falta promocionar sus grandes riquezas por lo que es necesaria la creación de una revista turística para incentivar al turismo nacional e internacional a visitar los hermosos parajes de este lugar.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Yahuarcocha ha sido privilegiada ya que alberga una gran diversidad de atractivos y ambientes paisajísticos únicos y representativos; los más conocidos son: San Miguel Arcángel, El Tablón, el Autódromo Automovilístico, el Pílon; conforman un verdadero paraíso, para los amantes de la naturaleza.

A pesar de su poca oferta turística, se observa que no existe un sitio de información, componente principal para promover el desarrollo turístico, lo que ocasiona que los turistas tengan desconocimiento del lugar y sobre todo la historia de Yahuarcocha.

Es lamentable que no exista suficiente información que motiven e inviten al visitante a conocer las maravillas que tiene el sector.

Esta problemática también es originada por la escasa oferta que presenta, por lo cual se ignora o se desconoce las necesidades y preferencias de los visitantes, lo que a largo plazo puede evidenciarse una disminución del flujo turístico para Yahuarcocha.

Otra de las causas que dan lugar a este problema es la falta de señalización e interpretación ambiental, puesta que las Autoridades han descuidado la promoción de todos sus potenciales atractivos, por lo que

ocasiona dificultades y desinformación del lugar, para los turistas que lo visitan.

Razón por la cual, se decidió plantear el siguiente proyecto que contribuyó a reducir y/o mitigar esta problemática que ha venido acarreado desde hace mucho tiempo este importante sector para el mejoramiento de la actividad turística.

1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuáles son los atractivos turísticos que posee el sector de Yahuarcocha, para mejorar su desarrollo social y económico y así difundir en los turistas nacionales y extranjeros la importancia de los atractivos que ofrece esta comunidad aplicado durante el año 2011 - 2012?

1.4 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

1.4.1 Unidades de observación

En el problema propuesto se encuentra las siguientes unidades de observación:

- Autoridades Competentes de San Miguel de Yahuarcocha
- Asociaciones
- Pobladores

1.4.2 Delimitación Espacial

El problema de investigación se realizó en: El sector de Yahuarcocha, ciudad Ibarra, provincia de Imbabura.

1.4.3 Delimitación Temporal

El desarrollo del problema descrito se realizó durante el período 2011 - 2012.

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 Objetivo General

- Determinar los atractivos turísticos que posee el sector de Yahuarcocha para mejorar el desarrollo social y económico y así fortalecer el turismo con la implementación de una revista turística, que contribuya al progreso más eficiente.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Diagnosticar la realidad turística del sector de Yahuarcocha en el año 2011-2012.
- Identificar los medios de promoción publicitaria de los atractivos turísticos del sector de Yahuarcocha en el año 2011-2012.

- Recopilar información acerca de los atractivos turísticos y proceder a la creación de la revista turística para mejorar el desarrollo social y económico del sector de Yahuarcocha en el año 2011-2012.
- Elaborar la revista turística para mejorar el desarrollo social y económico del sector de Yahuarcocha para las Autoridades, Asociaciones y Pobladores en el año 2011 – 2012.
- Socializar la revista turística para el desarrollo social y económico del sector de Yahuarcocha para las Autoridades, Asociaciones y Pobladores en el año 2011 – 2012.

1.6. JUSTIFICACIÓN

El turismo es una de las actividades principales que genera ingresos a los lugares que lo practican, siendo Yahuarcocha uno de los atractivos que se dedica a la actividad turística, pero hemos visto que existe deficiencia al momento de promocionarlo y difundirlo en el ámbito nacional e internacional por lo que se planteó el proyecto que aportó a solucionar en parte este problema.

Este tema se lo llevó a cabo tomando en cuenta su importancia ya que fue de gran ayuda a las Autoridades, Asociaciones y Pobladores del sector de Yahuarcocha, con la finalidad de mejorar el turismo local y regional y así generar mayores ingresos.

Como estudiantes de Diseño Gráfico la preocupación de investigar las causas del porqué las Autoridades, Asociaciones y Pobladores no se han preocupado por mejorar el turismo en el sector de Yahuarcocha. De allí nace la idea de crear y diseñar una revista turística, para que tengan mayor acogida por los turistas nacionales y extranjeros.

La presente propuesta se sitúa en el contexto de que el turismo debe ser considerado, como el mayor potencial de ingresos para el sector y el país. Los beneficiarios directos son las Autoridades, Asociaciones y Pobladores de Yahuarcocha, los cuales viven en este sitio turístico, rico en recursos naturales, en base al mejoramiento de los servicios que ellos utilizan.

1.7 FACTIBILIDAD

- El presente trabajo fue factible porque existió predisposición y voluntad de las investigadoras. Se contó con el apoyo de Autoridades, Asociaciones y Pobladores del sector de Yahuarcocha.
- Existe conocimiento suficiente técnico y científico para la elaboración de la revista.
- Este trabajo de grado tuvo el apoyo necesario de los recursos humanos, material didáctico, que facilitaron llegar al objetivo y cumplir a cabalidad.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Fundamentación Teórica

El presente trabajo de grado se fundamenta en los siguientes aspectos que permiten cumplir con los objetivos planteados.

2.1.1 Fundamentación Científica

Ante la ausencia de tales reflexiones filosóficas, la academia del turismo siente la falta de investigaciones científicas que de hecho traigan algo nuevo para el avance en el campo del conocimiento.

Según BARRETTO, (2004). Endosa ese punto de vista al referirse a la producción científica del turismo:

"Falta producción científica capaz de producir nuevas teorías, para auxiliar la aplicación de mejores técnicas, pero, fundamentalmente, para crear nuevos paradigmas. Para que aspiremos a un nuevo modelo de turismo, necesitamos de nuevos paradigmas, referidos al propio turismo y a la sociedad más amplia" (p.87)

2.1.2 Fundamentación Psicológica

La motivación y el interés en el ámbito turístico se encuentran muy relacionados con factores personales e indudablemente con factores interpersonales en los que se destaca la importancia de las relaciones afectivas. Para poner en pie una actividad turística se toma en cuenta el

comportamiento de la comunidad donde se desarrolla el proyecto así como los valores, la actitud y la mentalidad de la demanda turística, los mismos que serán parte fundamental en la creación turística de una zona determinada.

2.1.3 Fundamentación Educativa

La educación e interpretación ambiental es una alternativa para educar a la población local, autoridades competentes y turistas, cuyos conocimientos aseguren la protección y conservación del patrimonio.

Fomentando la valoración ética y moral con la que se debe actuar frente a los problemas ambientales que enfrenta actualmente el planeta.

Según HERNÁNDEZ, Edgar. (2008) manifiesta que:

“Las condiciones educacionales pueden también alterarse en favor o en contra de las poblaciones que sufren una transformación como resultado de un programa turístico. Su parte física o equipamiento necesario (comprendido dentro del “hábitat”) se mejora en numerosa ocasiones al formar parte de las obras generales para las ciudades de servicios”. (p.28)

2.1.4 Fundamentación Social

Para KNEBEL, (2007) dice:

“Es un turismo con características más que nada sociopolíticas, que requiere subvención gubernamental. Este turismo social se concibe como el desplazamiento en su tiempo libre de las capas sociales de menor nivel

que carecen por lo general, de la capacidad económica para realizar dicho desplazamiento. (s/p)

Según HUNZINKER, W. (2002) manifiesta que: “El turismo social es un tipo que practican las personas de bajos ingresos económicos, y que suministra y hace posible mediante servicios por completo independientes; en consecuencia fáciles de reconocer”. (p. 24)

Según FERNÁNDEZ, Fuster. (2004) manifiesta que: “Actualmente, se visualiza un turismo de mayorías que no sólo incluye a la clase trabajadora, sino también a los estudiantes, jóvenes, ancianos y otros sectores sociales, cuyo común denominador es de ser la clase económicamente débil o de bajos recursos ingresos”. (s/p).

2.1.5 Fundamentación Tecnológica

Según la página web (www.personal.telefonica.terra.es)

Los avances tecnológicos, vinculados con el diseño, han sido decisivos en muchos casos. La tradición mantenía vigente este concepto para agrupar una serie de recursos propios del diseñador, en correspondencia directa con los recursos técnicos que ofrecía la profesión, hoy es posible subdividirlo en dos ámbitos:

Recursos tecnológicos se define a lo “tecnológico” como el aporte que brinda la tecnología, en este caso, circunscripto al ámbito de la computación.

La computación es considerada como una herramienta fundamental para la elaboración de bocetos, dibujos, vectoriales, inclusión de efectos, armado de distintas estructuras, es posible combinar dos criterios básicos: ciencia y arte para establecer a la computación como ciencia de la ecología de la comunicación. Para el diseñador gráfico, el conocimiento de los programas utilitarios define su actividad, y es imperioso reconocer que no todos los programas ofrecen la misma utilidad. (www.prosograf.com)

La computación es considerada como una herramienta fundamental para la elaboración de bocetos, dibujos vectoriales, inclusión de efectos, armado de distintas estructuras. Es posible amalgamar dos criterios básicos: ciencia y arte para establecer a la computación como ciencia de la ecología de la comunicación.

Para un diseñador gráfico, el conocimiento de los programas utilitarios define su actividad, y es imperioso reconocer que no todos los programas ofrecen la misma utilidad. Por ejemplo: No es lo mismo armar un libro que una tapa.

2.1.6 Fundamentación Ecológica

Teoría ecológica

(Cunningham y Saigo, 2007). Trata de explicar la complejidad como la característica principal de los ecosistemas o paisajes a través de la teoría de sistemas, de escalas de organización jerárquicas, estrategias de regulación y control, y aspectos evolutivos para los componentes vivos y no vivos del

ambiente, incluyendo al ser humano. Los paisajes se componen de ecosistemas y sus respectivos subsistemas, los cuales intercambian energía, materia e información. Los ecosistemas ejecutan múltiples funciones y forman parte del sistema de soporte de la vida. Los flujos de energía, los ciclos de la materia (agua, nutrientes, carbono, etc.) y la diversidad de vida entran en una red de interconexión e interacciones a través del tiempo.

Según Mario del Real Fernández, Biólogo Ambiental y Director de las webs Turismo Rural manifiesta que: " El turismo ecológico se presenta como una alternativa respetuosa con la naturaleza, basada en el desarrollo sostenible, que ofrece una opción más ecológica y saludable a los consumidores, y una mejora de las comunidades locales e indígenas, evitando su desaparición. (<http://www.ecoturismo.com>).

Según (www.ecolamacha.com/turismoecologico).

“Los parajes naturales, la gastronomía ecológica, o la falta de masificación son algunas de las ventajas que ofrecen los proveedores de este turismo ecológico, aunque reconocen que la oferta es todavía insuficiente y los precios son en general más caros. Asimismo, conviene exigir una serie de criterios de calidad, puesto que se trata de un sector poco regulado”

Según Philippe Lemaistre, del Departamento de Desarrollo Sostenible del Turismo de la OMT, diferencia el ecoturismo del más amplio concepto de turismo sostenible por los siguientes principios:

- Contribuye activamente a la conservación del patrimonio natural y cultural, revitalizando las zonas rurales y naturales
- Incluye a las comunidades locales e indígenas en su planificación, desarrollo y explotación y contribuye a su bienestar
- Interpreta el patrimonio natural y cultural del destino para los visitantes
- Se presta mejor a los viajeros independientes, así como a los circuitos organizados para grupos de tamaño reducido, diversificando la oferta turística, y dando la posibilidad a los turistas de descubrir un entorno único
- Conciencia a los turistas sobre temas de sostenibilidad
- Ofrece una herramienta económica para la conservación de las zonas protegida

2.1.7 Fundamentación Turística

El turismo es una actividad que involucra a varios actores (sociedad, economía, ambiente y entidades seccionales), los cuales guían hacia un objetivo en común, el cual es la sustentabilidad en el tiempo para que se satisfagan las generaciones presentes y prolongar hacia las generaciones futuras.

Según CÁRDENAS F. (2001). Sobre el turismo manifiesta que:

“El turismo son los desplazamientos en el tiempo libre que generan fenómenos socioeconómicos, políticos, culturales, conformando por un conjunto de actividades, bienes y servicios que se planean, desarrollan, operan y se ofrecen a la sociedad, con fines de consumo, en lugares fuera de su residencia habitual en función de

recreación, salud, descanso, familia, negocios, deporte y cultura” (p.84)

Según GORTAIE, Jorge. (2001). Ex Director de Turismo manifiesta que: “El turismo aparte de construirse un generador de un potencial económico, es fundamentalmente el fomentador de una elación sincera entre los pueblos, rompiendo barreras protocolarias y sin distingos de credos, razas o limitaciones sociales”.

Palomeque (2003) describe el turismo como “Un fenómeno social de naturaleza espacial. Aunque las síntesis son trampas del raciocinio” (s/f)

En general, la concentración de firmas y empresas turísticas en el territorio es resultante de la presencia de recursos naturales o culturales, que una vez transformados en producto turístico, están disponibles para una práctica, un uso, una experiencia, que es valorizada por un determinado grupo social.(s/p)

Según la página web (<http://www.eco-turismo.net/agroturismo.com>) lo define como: El ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

2.1.8 La Organización Mundial del Turismo en el informe “Tendencias del Turismo 2002 (OMT) manifiesta que: Es el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo, inferior a un año con fines de ocio” (p.16)

2.1.9 Laguna de San Miguel de Yahuarcocha

Se encuentra ubicada en el centro este de la provincia de Imbabura, a 5km al norte de la ciudad de Ibarra. Actualmente, tiene un espejo de agua de 257 hectáreas con un perímetro navegable de 7.970m, una profundidad máxima de 8m y una acumulación anual de sedimentos de aproximadamente 1.5mm, cada año en los últimos 4.000años.

Hay 2.5 millones de m³ de lodo húmedo. Yahuarcocha está considerada como laguna eutrófica. (Plan Integral Sostenible “Laguna de Yahuarcocha” (2004).

2.1.9.1 Clima

Presenta una temperatura de 18.4°C, con ligeras variaciones durante los meses del año. La cuenca media presenta una temperatura media de 12°C, en cuanto a la cuenca alta su temperatura oscila entre los 7 y 12°C.

2.1.9.2 Hidrografía

Se ha sub-dividido en tres entradas, cada una de estas se diferencian por el clima, la biodiversidad y la altitud de sus pisos climáticos. Las tres sub-cuencas comprenden aproximadamente 2.528ha.

- Sub-cuenca baja: la laguna, los pobladores del Olivo, Santa Marianita, Priorato y San Miguel de Yahuarcocha.
- Sub-cuenca media: Los pobladores de Aloburo y Yuracrucito.

2.1.9.3 Potencial eco-turístico de la laguna de Yahuarcocha

Atractivos naturales

- ❖ Mirador San Miguel Arcángel. Lugar donde se puede divisar la laguna, la comunidad de San Miguel de Yahuarcocha, la ciudad de Ibarra, cerro Imbabura, en todo sus esplendor.

- ❖ Autódromo José Tobar Tobar. Conocido a nivel internacional por las competencias automovilísticas, además en este lugar se realiza ciclismo y caminatas por quienes gustan hacer deportes.

- ❖ Laguna de Yahuarcocha. Sistema lacustre de gran importancia, alberga a una gran cantidad de fauna acuática y terrestre que es de atracción para quienes visitan este atractivo natural, en las orillas se realiza caminatas, cabalgatas, avistamiento de aves. En sus aguas se realizan paseos en canoa y motos acuáticas.

- ❖ Pueblo San Miguel de Yahuarcocha. La población ofrece gastronomía típica, juegos para niños y adultos como cuadroneo, pesa deportiva.

2.1.9.4 Fauna

Especies simbólicas: Peces, tilapia mozanbique, patos, patillos, garzas, colibrí, tórtolas, golondrinas, curiquingues (www.acuario27.com-7laguna-de-yahuarcocha).

2.1.9.5 Flora

Hacia el occidente se extienden huertos, con especies introducidas como cáculo, guaba, eucalipto aguacate, chirimoya, mora, frejol, cholán, supirosa acuaria, molle, higuera. Plantas nativas: En algunos tramos de la zona está rodeado por totoras, colle, lechuguilla, saucillo. (www.acuario27.com-7laguna-de-yahuarcocha).

2.1.9.6 Yahuarcocha y su Identidad Cultural

El atractivo histórico-cultural de Yahuarcocha reside fundamentalmente en la tradición oral, sus enclaves arqueológicos y lugares históricos de importancia local.

2.1.9.7 Tradición oral “El Qhapaqñan y la fortaleza de los Caranquis”.

El camino principal Andino pasaba por las orillas orientales de la laguna, y que en este lugar probablemente hubo un tambo real. De igual manera al pie del Tablón es posible que se haya conservado el topónimo la Tola y Troje Viejo, este último hace alusión a un depósito estacional de víveres.

2.1.9.8 Cuentos “La Vuelta de la paloma”

Don Manuel Narváez, cuenta que en la denominada vuelta de la paloma que antiguamente se llamaba Imburo o el pilón, por la presencia de una roca grande tallada en forma de pilón, había tolas o montículos artificiales, que al construir la autopista se encontraron vestigios arqueológicos consistentes principalmente en vasijas de cerámica.

2.1.9.9 Gastronomía

La gastronomía típica que ofrece la población es pescado frito y al horno acompañado de arroz, menestra encebollado, papas o patacones; así como empanadas, pristiños, chochos con tostado, jugos naturales, frutas de la zona o temporada.

2.1.9.10 Fiestas Populares

Don Segundo Juma, cuenta que en la población del pueblo San Miguel de Yahuarcocha celebran ante todo las fiestas religiosas ya que la religión es parte de su identidad cultural que ha sido heredada de generación en generación.

2.1.10 TEORÍAS DEL DISEÑO GRÁFICO

2.1.10.1 Teorías Generales

Diseño Gráfico

Para ARFUCH Leonor (2001), la obra Diseño teorías y enfoques críticos, señala que:

**“El diseño gráfico es un tipo de comunicación visual, que a través de medios establecen una distancia entre el emisor y el receptor cuyo carácter es colectivo. No es un medio de comunicación de masas; es una forma que, como tal. Admite circular y desarrollarse en distintos”.
(p.49)**

El ser humano insertó en su medio ambiente y condicionado por el mismo, tiene que satisfacer una serie de necesidades, ya sean materiales o espirituales, que el medio le plantea. En función de este fin, se encuentra el Diseño, para responder a dichas necesidades.

La definición de González Ruiz acerca de diseño nos acerca aún más al concepto: “Proceso de creación y elaboración por medio del cual el diseñador traduce un propósito en una forma”. Aquí se habla de proceso de creación, lo cual nos indica que el diseño es un proceso mental, de imaginar, de proyectar. El diseñador identifica el problema y el proyecto es la mira, el propósito de hacer alguna cosa, de darle forma a una función.

El diseño, como se cree generalmente, no es el objeto creado en sí, sino el proceso mental a través del cual se llega a él.

El campo de acción del diseño es muy amplio ya que existe una solución para cada necesidad, o por lo menos así nos gustaría creerlo, y cada área de nuestro entorno nos plantea una de ellas.

Jorge Frascara (s/f) manifiesta que:

“El diseño gráfico no es un arte puro, el diseñador, a diferencia del artista, no es normalmente la fuente de los mensajes que comunica, sino su interprete, es decir que el mensaje tiene que estar de acuerdo, y por sobre todo tiene que ser claro, para el destinatario del mensaje” (p.5)

El diseño gráfico, en cuanto a hecho comunicacional, puede ser definido por tres elementos:

- a) **La persuasión:** Procura convencer al receptor de que no existe más que una elección razonable, a través de valores emotivos. El mensaje está destinado a afectar el conocimiento, las actitudes y el comportamiento de la gente.

- b) **La identificación:** Distingue al elemento del contexto a través de valores neutros que sirven para el reconocimiento.

- c) **La información:** Refiere a la comunicación objetiva de los eventos. Valores funcionales, utilitarios y racionales.

2.1.10.2 Teoría de Gestalt

Permite el análisis del Diseño desde el punto de vista de las leyes de la percepción, los que se pueden corroborar desde múltiples fases, abarcativas de la captación de la figura por el ojo humano y su configuración desde su aplicación efectiva por medio de una integración filosófica: ver la totalidad.

El núcleo de la Psicología de la Gestalt gira en torno a la siguiente afirmación:

La percepción humana no es la suma de los datos sensoriales, sino que pasa por un proceso de reestructuración que configura a partir de esa

información una forma, una Gestalt, que constituye un todo, que no es la mera suma de las partes.

Es anterior a las partes y fundamental para ellas. No es una composición de elementos, las formas son totalidades cuya conducta no se determina por la de sus elementos, sino por la naturaleza interior total.

Según KOFFKA, Kurt, (2007) manifiesta que:

“En la tarea del diseñador intervienen tanto su destreza y sus conocimientos, como su sensibilidad y su percepción por lo cual quien logre aprovechar mejor su intelecto y sus cualidades mentales tendrá mayor posibilidad de lograr una información visual más efectiva”.

2.1.11 Diseño Editorial

Según BUEN, Jorge. (2008) Manual de Diseño Editorial manifiesta: “El diseño editorial es la rama del diseño gráfico que se especializa en la maquetación y composición de distintas publicaciones siempre teniendo en cuenta un eje estético ligado al concepto que define a cada publicación”(s/p)

Se denomina “Diseño Editorial” a la maquetación y composición de publicaciones tales como revistas, periódicos o libros. Por otro lado, hablamos de Diseño Publicitario, cuando nos referimos a la forma de presentar, promocionar o anunciar; una empresa, producto o servicio.

El proceso de diseño y diagramación que realiza el diseñador para estructurar un impreso, debe considerar las funciones y características de cada uno de los elementos que la componen, como: formato, composición, portada, páginas, entre otros.

En el diseño editorial contemporáneo, para tener eficacia y calidad, se requiere, del manejo de diversos programas gráficos y de los secretos de su vinculación. Así reconocer las necesidades que surgen ante el planteamiento de un proyecto, para la realización de una publicación; desde la fijación del plan, la creación, la implementación y la pre-producción. La meta final será poder aplicar los conocimientos editoriales y desarrollar las ideas.

La revista se basa en una retícula pre-establecida, aunque no sea raro el uso de más de una forma de ella en la misma revista; al contrario es un rasgo de diseño que se explota para dar variedad visual a ciertas páginas.

El aspecto de estas páginas preestablecidas, está determinado por el formato de su retícula, que se diferencia de la retícula empleada en el resto de la publicación para alterar deliberadamente la imagen general en un punto concreto de interés.

El diseño de la retícula es muy importante, de cara al estilo de la revista, pues no solo afecta el aspecto general de la misma, sino que también establece su propio sello en el quiosco, o lugar de venta.

2.1.11.1 Diagramación

Según TOVAR, Magda. (2008) manifiesta que: “Diagramar es distribuir, organizar los elementos del mensaje bimedia en el espacio bidimensional mediante criterios de jerarquización buscando funcionalidad del mensaje bajo una apariencia estética agradable” (p.2).

La diagramación corresponde a la ordenación de elementos gráficos dentro de un espacio determinado. Esta ordenación es determinante en las cualidades de legibilidad de un impreso e influyente en la disposición e interés por parte del lector, por lo que no puede ser manejada al azar y debe ser funcional.

Su función es dar forma al impreso que el diseñador gráfico, diseña, pensando en los elementos que lo componen, como son: el formato, tipografía, retícula. El tipo de publicación va a determinar el rumbo de ésta, dependiendo del tema a tratar, si la publicación habla sobre turismo, el impreso debe necesariamente mostrar y reafirmar de qué trata el tema.

Uno de los primeros condicionantes es el formato, ya que tamaños de papel no estándar son más caros que los tradicionales, pero una publicación con formato poco común, se distingue y sobresale de su competencia, y de los aspectos principales de diseño en este campo son: la retícula que se emplea para dar una estructura a la página, el estilo tipográfico y los elementos auxiliares. La idea de que una diagramación difícil beneficia al diseño, es un error, es verdad que puede hacer que las páginas tengan un

aspecto distinto, pero resulta mucho más persuasivo crear ideas nuevas con las estructuras que ya funcionan.

Respecto a la composición del impreso, es ideal que el título sea un llamado de atención, lo contrario de la masa de texto, que debe tener y mantener la atención y estipulación ya captada por el título.

En cuanto a la composición de las páginas estas deben indicar de forma clara donde empieza y termina el tema.

La estructura de una revista se puede descomponer en dos elementos: La portada y el contenido.

- La portada cumple dos funciones: vender el concepto general de la publicación en el lugar donde se vaya a exhibir y reflejar por medio del diseño, el nivel intelectual del contenido.
- La cubierta debe promover primero el trabajo del autor en una forma y manera que complementa el contenido.
- Segundo, como pieza de embalaje, debe cumplir la función de exhibirse al público desde el estante, kiosco o donde se encuentre en exhibición.

2.1.11.2 La Composición

La finalidad del diseño gráfico es transmitir ideas, mensajes, informaciones visuales. La composición de un diseño es, adecuar distintos elementos gráficos dentro de un espacio visual, que previamente habremos seleccionado, combinándolos de tal forma que todos ellos sean capaces de poder aportar un significado para transmitir un mensaje claro a los receptores.

Los elementos de la composición y la forma en que estos se disponen, es «todo» en nuestra maquetación. Cada uno de estos elementos tiene su función dentro del diseño y por tanto su grado de importancia, que cumplan su misión será su cometido.

Todo mensaje en diseño gráfico se elabora siempre por medio de una combinación coherente y estudiada previamente, de los elementos visuales con los que hayamos decidido trabajar. Estos elementos pueden ser imágenes, texto, ilustraciones, espacios en blancos, o por el contrario, construir nuestra composición con la ausencia deliberada de alguno de estos elementos. El diseño deberá ordenarse habitualmente en una estructura rígida, coherente y dentro de los parámetros de la simetría en la disposición de los distintos elementos. El diseñador debe tener siempre presente, que cada elemento de la composición, en función de la ubicación, dimensión o protagonismo que le asignemos, experimenta pequeñas variaciones en su significado.

Por tanto, es muy importante la posición que se le da a cada uno de los elementos y encontrar el equilibrio formal entre todos ellos.

La manera de acomodar los objetos en el encuadre debe seguir las reglas básicas de la teoría de la forma y además debe llevar un significado implícito. La fuerza y la habilidad del pensamiento (como acción mental a nivel cognitivo) consiste en buscar y hacer descubrir por el espectador ante todo, la estructura, y esta debe ser congruente con los otros elementos del mensaje.

Reglas Básicas de la Composición

- El ojo necesita ser guiado. Una buena forma de atraerlo es colocar al sujeto principal en uno de los cuatro puntos fuertes (virtuales). Un segundo elemento de menor importancia colocado en un segundo punto fuerte puede ayudar a equilibrar y dinamizar el resultado final. Ha de evitarse el centro, salvo que se desee enfatizar una impresión de calma y reposo.
- La configuración debe estar ventilada: hay que evitar las masas compactas tanto como el exceso de espacios vacíos inútiles, para que el sujeto principal quede claramente valorado.
- Presentar de forma simple las cosas más extraordinarias y de modo imprevisto las más simples.

- Si hay una línea de horizonte visible, es conveniente que corte el cuadro en el tercio superior o inferior.
- Las líneas importantes de la configuración se llaman dominantes y deben ser compensadas o equilibradas por otras líneas.
- De acuerdo con una ley de contraste en particular, una línea diagonal rompe el equilibrio y debe ser compensada por una o varias líneas oblicuas de dirección opuesta.
- Una buena composición busca colocar los elementos a lo largo de una línea principal que obligue al espectador a seguir un recorrido predeterminado. Esta línea será la espina dorsal de la configuración, y todas las demás líneas deben concurrir a reforzar su predominio.
- En un icono complejo, de varios iconemas, la posición de éstos debe tener en cuenta el significado ligado a la orientación de los mismos.

Es la regla que recuerda que no puede haber contradicción entre la estructura y el significado de sus partes.

2.1.11.3 La Imagen

Según HARRIS, Paul. (2005) dice: “Las imágenes pueden transmitir las ideas con gran rapidez, mucho más que si se describen mediante un texto y por ello constituyen una herramienta básica en la caja de un diseñador”. (p.11)

La identidad visual es el único soporte gráfico capaz de valorizar, distinguir y reforzar la imagen del producto con sus competidores, por ello debemos crear una imagen que se identifique plenamente. Crear un nombre de fácil lectura y pronunciación, que tenga impacto, que sea original y que posea valores emocionales y recordatorios para el consumidor.

El logotipo debe hablar por sí mismo identificándose por su personalidad, debe ser original, de impacto inmediato y fácil lectura. El color debe ir acorde con el producto, y no solo comprende al logotipo, sino a todos los elementos de la revista, para mantener la coherencia formal en esta.

2.1.11.4 Color

Al hablar del color, en la revista, nos remitimos a unas pocas ideas y criterios esenciales que pueden aplicarse al diseño editorial en general. La percepción del color cambia cuando se modifica una fuente luminosa, o cuando la superficie que refleja la luz está manchada o revestida de un pigmento diferente.

Para ALBERS Josef, (2001) manifiesta que:

“El color es el medio más relativo en el arte, pero en este mundo que cambia constantemente ¿no es acaso la constancia de los colores algo con lo que siempre podemos contar. El rojo es rojo ¿o no? Algunas veces más pálido, otras veces muy encendido, cuando lo vemos de cerca, y otros muy diluidos cuando lo visualizamos de lejos”. (p.66)

2.1.11.5 Colores Cromáticos

Nuestra idea común del color se refiere a los colores cromáticos, relacionados con el espectro que puede observarse en el arco iris.

Todo color cromático puede describirse de 3 modos:

- **El tono** es el atributo que permite clasificar los colores como rojo, amarillo, azul.

El valor, se refiere al grado de claridad o de oscuridad de un color.

Un color de tono conocido puede describirse más precisamente clasificándolo de claro u oscuro.

- **La intensidad**, indica la pureza de un color. Los colores de fuerte intensidad son los más brillantes y vivos que pueden obtenerse.

Los colores de intensidad débil son apagados; contienen una alta proporción de gris.

- **Contraste simultáneo** Cuando se combinan colores se debe prestar atención a los efectos de contraste simultáneos, que pueden modificar el modo en que se perciben los colores.
- El contraste simultáneo se refiere a los cambios aparentes de tono, valor y/o intensidad que se crean por valores adyacentes.

2.1.11.6 Retícula

Según la página web www.diseñograficreticulas.com

Todo trabajo de diseño se debe regir por una estructura previamente estudiada. Esto permite obtener claridad, legibilidad y funcionalidad a la composición, además de facilitar el trabajo creativo.

Existe un método para resolver los problemas planteados a la hora de diseñar un catálogo, una revista, o cualquier otra publicación. Estamos hablando de la retícula, que consiste en dividir el espacio en pequeños módulos (o rectángulos), que sirven de guía para la ubicación de los elementos.

La finalidad de la retícula es intentar establecer orden donde hay caos; hacer que el receptor encuentre el material en el lugar esperado y que el diseñador piense de forma constructiva y estructurada. El diseñador debe encontrar un equilibrio entre la retícula diseñada y el material (texto o ilustraciones), en caso de que éste no se adapte a esa estructura establecida, tendremos que modificar la retícula, ya que no es aconsejable que forcemos el material.

La retícula no es más que un instrumento para medir y organizar los espacios y los elementos de la composición de una forma coherente y equilibrada. Por lo general se crea a doble página como si la revista estuviese abierta, de esta forma veremos mejor el resultado que va a tener.

Puede que tengan modificaciones en secciones diferentes por ejemplo, que varíen algunos aspectos cuando se pasa de un apartado de noticias a otro en el que expone un artículo, pero en general, las partes comunes o básicas de una determinada revista seguirán en todas sus publicaciones manteniendo un estilo propio, que se puede basar en:

- ❖ Número de columnas en cada página y dimensiones de las mismas.
- ❖ Tamaño del medianil. El medianil es la distancia que existe entre las columnas.
- ❖ Color que se le aplica a los titulares y a otros elementos de la publicación.
- ❖ Tipografía estándar y tamaños utilizados en todas las publicaciones, así como el interlineado utilizado.
- ❖ El estilo de la portada, secciones, encabezados, paginación.
- ❖ Las principales ventajas que tiene que ofrecer nos una retícula bien diseñada las podemos resumir en tres: repetibilidad, composición y comunicación.

2.1.11.7 Formatos en Diseño Editorial

Definiremos el formato como el tamaño del área que tenemos para realizar una composición, es decir, el área para diseñar.

En el aspecto editorial hay ocasiones en las que el formato puede ser elegido por el diseñador, lo que da muchas posibilidades a la hora de componer.

A su vez los formatos se pueden dividir en diferentes estructuras:

- Formatos de una columna, suele emplearse para libros, mostrando solo texto, una imagen acompañada de texto, o solo imagen.
- Formatos de dos columnas, ofrece más posibilidades para combinar textos e imágenes.
- Formatos de tres columnas, también ofrece muchas posibilidades con respecto a la combinación de imágenes y textos de diferentes tamaños.
- Formatos de cuatro columnas, se suele utilizar en periódicos y revistas, ya que facilita la composición cuando se trata de mucho texto.

En cualquier caso hay que tener en cuenta el tamaño de las columnas, ya que condicionará el tamaño de la tipografía.

2.1.11.8 Establecer los Márgenes

Un diseño editorial, lo normal es que tengamos una representación de la doble página (izquierda y derecha), siéndonos más sencillo poder tener una idea más clara del aspecto que tendrá esa publicación cuando esté en

manos del destinatario. Los nombres de los márgenes que nos encontramos en una publicación: el margen superior o de cabeza, el margen inferior o de pie, el margen interior o de lomo y el margen exterior o de corte.

2.1.12 Elementos y su Importancia

Los elementos de la composición y la forma en que estos se disponen, son «todo» en nuestra maqueta. Cada uno de estos elementos tiene su función dentro del diseño y por tanto su grado de importancia, que cumplan su misión será su cometido.

Antes de empezar a diseñar debemos plantearnos una serie de preguntas como: ¿qué debemos comunicar? o lo que es lo mismo, ¿cuál es el objetivo de nuestro diseño?, ¿qué elementos son los más adecuados?

Con esto claro, decidimos cómo desarrollar la composición, y en definitiva cómo lanzar el mensaje

2.1.12.1 El Titular

Es el elemento lingüístico más importante de la composición, ya que tiene la misión de llamar la atención e introducir al resto del contenido. El titular puede ser largo, corto, más o menos grande, no hay leyes sobre este tema, pero sí algunas recomendaciones que parten de estudios realizados.

Algunos autores recomiendan las frases y las palabras cortas, que los titulares estén compuestos de mayúsculas y minúsculas, que sea tipografía

con serifa para su mejor legibilidad, que el texto no esté en negativo, o que no se utilicen elementos de puntuación en los titulares cortos.

2.1.12.2 Los Subtítulos

Adelantan o resumen en pocas palabras, el contenido del bloque de texto. En la edición de páginas de revistas, es normal utilizar pequeños subtítulos que dividan y estructuren el contenido textual.

La función de estos es realizar una pausa en la lectura además de introducir nuevos temas. Cuando los coloquemos debemos tener cuidado de que no se encuentren a la misma altura en columnas consecutivas, incluso que mantengan una cierta distancia de no menos de cuatro o cinco líneas hacia arriba o hacia abajo, si se produce coincidencia entre ellos generaremos confusión y estableceremos una división visual horizontal de la página que nos romperá el esquema de maqueta total.

Esta misma consideración de no coincidencia de elementos o lincos a una misma altura, deberemos tenerla en cuenta para no generar rompimientos visuales o confusiones de lectura así como efectos antiestéticos en nuestro diseño de página.

Debemos establecer una organización tipográfica adecuada, que le permita al lector comprender la importancia y organización del contenido de ese texto, resaltando algunas de las partes que establezcan un índice o indicativo de lectura.

2.1.12.3 El Cuerpo de Texto

Es normalmente el elemento al que menos se le presta atención, bien porque resulta pesado, aburrido, o por la sencilla razón de que en algunas ocasiones, con la imagen (infografía, ilustración). Y el titular ya parece que se han desarrollado los elementos fundamentales.

2.1.12.4 Pie de Foto

Este elemento tiene como misión dar información sobre la fotografía, y normalmente es preciso y no muy denso. Aunque pueda parecer de poca importancia, es uno de los elementos que más se leen, por lo que debemos aportar una información suplementaria a la imagen y que pueda despertar más interés en otros elementos de la composición.

Normalmente al pie de foto se le aplica un cuerpo pequeño (6, 7 u 8 puntos). El texto destacado debe ser una frase que resulte un tanto provocativa, para que el lector se sienta atraído por el resto del contenido y suele superar la anchura de la columna invadiendo incluso la columna colindante.

2.1.12.5 El Folio

Dependiendo de qué tipo de publicación se trate otros elementos de la maqueta tendrán mayor o menor importancia. No es igualmente importante la numeración o foliado en una novela, en la que la lectura es ordenada y progresiva, que la numeración de una guía, un periódico o una revista, en la

que podemos hacer una búsqueda específica de un determinado contenido o lectura. Por lo que la colocación de este tipo de elementos debe ser más evidente y clara.

2.1.12.6 Fotografía e Ilustración

Son por lo general los elementos que más llaman la atención y es la parte de la composición que seguro que miramos.

La presencia de una imagen abre al diseñador un abanico de posibilidades, pues son elementos que:

- Proporcionan información.
- Enseñan el producto tal como es.
- Hacen la comunicación más real y creíble.
- Sugieren, expresan sensaciones, estimulan...

2.1.12.7 La Fotografía

Debemos cuidar la retícula con respecto a las imágenes, ya que la mayor importancia visual la tienen éstas y su disposición dentro de la página condicionará el orden de lectura, el recorrido visual y la atención del lector.

Según la página web www.imagenilustracion dice: “La fotografía es un producto o procedimiento tecnológico que por su naturaleza icónica, cabe también considerarla como lenguaje en el sentido lato de este término”. Debemos procurar que las fotografías utilizadas no contengan información innecesaria, ya que esto puede provocar con fusión y desinterés. Hay que

tener una idea clara de lo que queremos comunicar por medio de la fotografía para que el contenido de esta sea exactamente lo que buscamos.

2.1.12.8 Selección de Fotografías

La elección de las fotografías, es un punto importante en el diseño y diagramación de una revista, el diseño puede y debe realzar y fortalecer las imágenes utilizadas. Si bien no siempre es fácil combinar diseño y fotografía, ya que a veces una imagen debe ceder ante la necesidad de la comunicación.

Hay muchas oportunidades creativas tanto para el fotógrafo como para el diseñador. El contenido es un importante factor en la selección de fotografías para un boceto. ¿La imagen concuerda con la línea editorial?

A medida que el proceso avanza, de la selección de fotografías al boceto de páginas, el espacio, la forma y la yuxtaposición adquieren nueva importancia.

Decidir el tamaño de una imagen dada es fundamental en el diseño de página. Cuando se sitúan dos imágenes en el mismo plano visual, su impacto puede realzarse mediante una diferencia de tamaño. La imagen grande agregará énfasis a la pequeña y puede hacerla parecer más importante.

El contraste de tamaño (grande contra pequeño), de valor (oscuro v/s claro), de forma (horizontal o vertical, ancho o angosto), o de carácter (alegre o triste), también puede incrementar el impacto y el significado de un mensaje visual.

2.1.12.9 La Ilustración

Según HOUSEKEEPING, Good. (2002) manifiesta: “Como diseñador de una revista, se espera que encargues la ilustración, esto significa que toca que adquirir varias habilidades. La primera esta la capacidad de interpretar un manuscrito. Uno debe leerlo, entenderlo y sacar de ideas visuales. Es improbable que, además de diseñador sea ilustrador (p.132)

Otra forma de transmitir una idea, un concepto. El dibujo publicitario se ha desarrollado notablemente en los diferentes medios publicitarios. Puede ser tan eficaz como la fotografía y de igual manera representar sensaciones. Dependiendo de la composición o estructura que tenga la ilustración, reflejará sensaciones diferentes.

2.1.12.10 El Logotipo

Según GONZÁLEZ, Juan. (2001) dice: “Un logotipo de calidad da a la empresa un aire inmediato de profesionalismo, no importa si la empresa es nueva o esté menos establecida, un consumidor siempre dará una oportunidad a un negocio que vea profesional”.

2.1.12.11 Espacios en Blanco

Los espacios en blanco transmiten claridad, libertad, espacio, y ayudan en muchos casos a equilibrar la composición.

2.1.12.12 Secciones y partes de la Publicación

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

2.1.12.13 El Reportaje

Según Martín Vivaldi: "En sentido amplio, reportaje equivale a información. Todo trabajo informativo que no sea la estricta noticia, el artículo literario o de opinión o la crónica, es reportaje" (s/p)

Martínez de Sousa, "quien lo describe como un "artículo o serie de artículos de información cuyos elementos son recogidos en el lugar mismo del acontecimiento, sea durante el desarrollo de éste, sean en boca de testigos presenciales".

2.1.12.14 El Slogan

Puede convertirse en la parte del anuncio, con la cual el público se queda e identifica a la empresa o producto en todo momento.

Es por este motivo que puede llegar a ser dos cosas muy diferentes: Por un lado, puede ser la clave del éxito de la marca, ya que estamos hablando de una frase que expresa una o varias características del producto, que hacen que sea especial, sorprendente o inigualable.

Según PEÑA, Gloria. (s/f) de la Universidad Complutense de Madrid opina al respecto:

“Determinar lo que constituye un slogan es una tarea compleja cuando se trata de analizar los textos publicitarios, pues son elementos muy diferentes los que intervienen en la caracterización de las palabras o expresiones para las que, probablemente, se recordará el anuncio”. (p.165)

Para REBOUL Oliver (s/f) manifiesta que: “Aparentemente es una frase o un grupo de frases puesto que desde el punto de vista semántico el slogan se basa así mismo y puede ser cierto o falso”. (p.164)

2.1.12.15 El Flash

Es un elemento destacado (por medio de color diferente, otro estilo al resto de la tipografía) que comunica un mensaje especial como por ejemplo un servicio especial, los componentes del producto.

2.1.13 Tipografía, Capitulares y Filetes

2.1.13.1 La Elección Tipográfica

La presencia tipográfica es amplia y el objetivo del diseñador debe ser que se lea, sería conveniente tener en cuenta las leyes de legibilidad tipográfica y facilitar en la medida de lo posible esa lectura.

Para ello sería conveniente hacer una elección tipográfica para los textos extensos de unos caracteres que sean bien proporcionados y abiertos, con regularidad en los tipos. Sí queremos aportar una tipografía más original o poco vista, pero con poca legibilidad, debemos hacer un uso racional de ella, aplicándola en textos poco extensos. Cuando seleccionemos este tipo de letra debemos evaluar que esté acorde con el contenido general o el estilo de la publicación ya que las tipografías “decorativas” o con una fuerte personalidad caracterizan excesivamente el diseño.

2.1.13.2 Capitulares

Otro elemento que normalmente podemos encontrar en los trabajos editoriales es la utilización de capitulares, o iniciales muy grandes, que tienen como función indicar el comienzo de un capítulo y centrar la atención en el inicio del texto o simplemente con una intención decorativa.

2.1.13.3 Filete

Líneas que sirven para delimitar recuadros, cuadros, ilustraciones o fotografías o para separar diferentes partes del texto. Los filetes se usan en

publicaciones con fines diversos, pueden tener una función más ornamental o funcional o una combinación de ambas.

Pueden estar dividiendo y estructurando el espacio textual o blanco, también pueden ser utilizados para destacar cierta información de diseño general.

2.1.13.4 El Logotipo

- **¿Qué es una Marca?**

Una marca es un signo gráfico que hace referencia a quien emite el mensaje. Su función es la de identificar al emisor, la marca es el principio mismo de la identidad visual, la forma primaria de expresión de la identidad.

Según COSTA, Joan: “La marca tiene en primer lugar el sentido de la información funcional: Constituye un elemento referencial de orientación en la localización de un producto entre muchos otros” (p.56)

La marca se inserta fuertemente en el sustrato social, gracias a la gran difusión de la misma en la comunicación publicitaria. La marca debe cumplir una función diferenciadora dentro del contexto en que actúa, para que el receptor sea seducido por la misma.

Para que una marca sea efectiva debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Sintética: Elementos justos y necesarios, decir mucho con lo mínimo.
- Pregnante: Fijarse en la mente del receptor, su estética debe ser agradable.
- Clara: Debe evitar las confusiones en la comunicación.
- Original: Para poder ser diferenciadora.

La marca debe establecer un vínculo emotivo con el receptor, éste debe «apropiarse» de la marca, que deberá ser querible, creíble y confiable. De acuerdo al tratamiento que se le dé, la marca cobrará su forma de ser, es decir, su estilo. Una marca es una suma sinérgica (ejemplo uno más uno es igual a tres), es una suma de uno o más conceptos en una forma reconocible en el cual el receptor debe comprender quien y para quien emite el mensaje.

Aquí además de los niveles sintácticos y semánticos, hay que destacar el nivel pragmático, que tiene que ver con el receptor y su contexto, es pues, cuando el receptor entiende y se apropia del signo.

2.1.13.5 Tipos de Marca

- Tipográficas: El nombre de la marca. Sello (el soporte no connota nada en particular), Siglas (monograma).

- Logotipos: Es la forma única de escribir el nombre por medio de tipografía, ésta debe tener alguna alteración.
- Isotipos: Gráfico icónico referencial, éste posee pautas culturales que superan el problema del idioma. Los hay figurativos y abstractos, con tratamiento geométrico y gestual.
- Isologotipo: Aquí trabajan en conjunto Isotipo y Logotipo juntos, no por separado.

Los nombres de marca según su clasificación pueden ser:

- Descriptivos: Nos remiten a la actividad de la empresa, Simbólicos aluden a la institución por medio de una figura literaria.
- Patronímicos: Hacen referencia a una persona, generalmente son apellidos.
- Toponímicos: Hacen referencia a un lugar y contracciones formados por contracciones de palabras o iniciales.

La marca es la célula fundamental de la comunicación de la empresa, ésta debe contener y comunicar las principales características de la institución. La marca al exponerse en los medios, se inserta en la complejidad y se expone a la dispersión. Ante éste riesgo, la marca debe ser protegida como un verdadero capital que no puede disiparse.

Por lo tanto su eficacia consistirá en una estrategia de la coherencia y la asociatividad, logrando una constante re-impregnación de la marca en la memoria colectiva.

2.1.14 Turismo

El término turismo proviene etimológicamente de una derivación del vocablo francés TOUR que significa vuelta, volver al lugar de origen.

Según CARDENAS, Favio (2001), sobre el TURISMO manifiesta que:

“El turismo son los desplazamientos en el tiempo libre que genera fenómenos socioeconómicos, políticos, culturales, conformando por un conjunto de actividades, bienes y servicios que se plantean desarrollan, operan y se ofrecen a la sociedad, con fines de consumo, en lugares fuera de su residencia habitual en función de recreación, salud, descanso, familia, negocios, deporte y cultura” (p.84)

2.1.14.1 Mercado Turístico

Según CÁRDENAS, Favio (2001) manifiesta que: “Es la coincidencia de la oferta y demanda referida a una época, un área y a un bien o servicio dado” (p.86)

a) Oferta Turística

Es el sin número de servicios que ofrecen bienes y servicios o también llamada plata turística a disposición de los clientes o demandantes.

Según BOULLON, Roberto (2002) manifiesta que: “Es el conjunto de productos y servicios puestos efectivamente en el mercado” (p. 85)

b) Demanda Turística

La demanda turística es la cantidad de personas que van de un lugar turístico y las cuales necesitan o demandan servicios que allí ofertan. Para ello se lo debe realizar en un lugar físico como lo es la planta turística.

2.1.14.2 Servicio Turístico

En el campo práctico, los servicios turísticos ofertados por agencia de viajes, hoteles, empresas, turísticas y otros, son todas aquellas actividades que se ofrece en el deleite del turista.

- **Agencia de Viajes**

En todo proceso de comercialización, ya sea de bienes o servicios se requiere de la intervención de uno o varios intermediarios que tengan la posibilidad y capacidad de establecer la unión entre la oferta y la demanda.

Según COOK, Thomas. Manifiesta que:

“Las agencias de viajes tienen información sobre todos los aspectos de la oferta turística de casi todo el mundo, esto les permite poner al alcance del viajero variados productos turísticos”. (p.82). Así, se asegura que el producto, cualquiera que sea, se encuentre en la cantidad, variedad y forma que requiere el consumidor en el momento adecuado.

Las agencias de viajes tienen información sobre todos los aspectos de la oferta turística de casi todo el mundo, esto les permite poner al alcance del viajero variados productos turísticos.

2.1.14.3 Atractivos Turísticos

El atractivo turístico que tiene Yahuarcocha es precisamente la “Laguna de Yahuarcocha” o llamada también laguna de sangre en la que hay flora, fauna, recurso hídrico, paisajes, su gente, la cultura, ente otros.

Según CÁRDENAS, Favio. (2002) (Comercialización del Turismo) manifiesta que: “Es todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico, el turismo solo tiene lugar si existen ciertas atracciones que motivan al viajero de abandonar su domicilio habitual y permanecer cierto tiempo fuera de él” (p.85)

Dentro de esto están los atractivos turísticos que pueden ser recursos naturales como lagos, montañas, nevados, ríos, reservas ecológicas, sitios sagrados y rituales de las nacionalidades y pueblos antepasados.

2.1.14.4 Producto Turístico

Se consume en el momento que se produce, por lo tanto como sucede con casi todos los servicios, el cliente debe trasladarse al lugar donde será producido-consumido. El producto turístico no puede enviarse ni adquirirse en un almacén para usarlo después.

2.1.14.5 Desarrollo Social

Según PÉREZ, M. (2004) manifiesta que: “Resulta ser, quizá el aspecto más olvidado de la sostenibilidad turística, desde luego, una gran responsabilidad del impacto social que el turismo ocasiona la tiene el propio visitante. Las interacciones con la población local son muy diferentes: desde el turista que se desplaza en grupo, no conoce el idioma rural, al viajero que va por su cuenta sin prisas, hablando con la gente.

Según NORDHAUS, W. (2002). Manifiesta que: “Los países en vías de desarrollo no sólo deben hacer frente al excesivo crecimiento de su población, sino que también deben interesarse por la calidad de los recursos humanos.”

2.1.14.6 Desarrollo Económico

Para ACOSTA, A. (2004). Dice: “Para obtener un desarrollo social, debe ir de la mano con el desarrollo económico en el cual implica un empleo el cual le brinde un ingreso de efectivo constante para poder solventar el coste de vida y tener un nivel de vida digno, con el objetivo de ahorrar y en un tiempo determinado poder invertir. Desarrollo es una palabra que tiene varios matices o lados que se lo define como un proceso integral, que conlleve a mejoras económicas y sociales, donde los productos y servicios se encuentren crecientemente al alcance de los grupos que conforman la sociedad, así también la participación efectiva en las actividades económicas y sociales.

2.2 POSICIONAMIENTO TEÓRICO PERSONAL

El turismo es la forma más viable para el mejoramiento del desarrollo en todo el Ecuador y el mundo, por las bondades intrínsecas e inherentes que tiene esta actividad como: traer divisas a países no industrializados los cuales tienen menor contaminación, entregando a cambio hospitalidad, excelentes artesanías interculturalidad y fomentando el deporte, entre otras.

También ayudan a los sectores más vulnerables como es el sector de Yahuarcocha que ven la oportunidad de trabajar en este importante rincón turístico el cual sigue creciendo en nuestro país, y en un momento no muy lejano será más importante de la exportación de petróleo.

Mediante esta importante actividad podremos dar fuentes de trabajo para bajar esos altos niveles de desempleo, mejorando los ingresos familiares que conlleva al mejoramiento del nivel de vida, así también preocupándonos en el tan deteriorado medio ambiente con planificación y políticas acorde al medio, en el que nos desenvolvemos para tener un turismo sostenible.

También debemos poner énfasis en la teoría ecología ya que el trabajo de grado se basa en: la protección, conservación y preservación de los recursos naturales y culturales del sistema lacustre de Yahuarcocha, ya que son componentes fundamentales en el desarrollo económico, cultural y social de las comunidades locales.

2.3 GLOSARIO DE TÉRMINOS

Atractivos.- Cualidad que posee un lugar que atrae la simpatía o preferencia de otros.

Costumbre.- Conjunto de cualidades y usos que forman el carácter distintivo de un país, provincia, comunidad o de una persona.

Creación.- Producir algo de la nada. Establecer, fundar, introducir por vez primera algo; hacerlo nacer o darle vida, en sentido figurado.

Cualidades.- Cada uno de los caracteres, naturales o adquiridos, que distinguen a las personas, a los seres vivos en general o a las cosas.

Diseño.- Proyecto, plan. Concepción original de un objeto u obra destinados a la producción en serie.

Educación.- proceso por el cual una persona desarrolla sus capacidades, para enfrentarse positivamente a un medio social determinado e integrarse a él.

Historia.- Narración verdadera y ordenada de los acontecimientos pasados y de las cosas memorables de la actividad humana.

Identidad.- Conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás.

Ilustración.- grabado o dibujo que adorna o documenta un libro. Publicación en láminas y dibujos además del texto que suele contener.

Imperioso.- Que manda o se comporta con autoritarismo ostensible. Propio de alguien altivo.

Laguna.- Depósito natural de agua, menor que el lago.

Metodología.- Conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica o en una exposición doctrinal.

Revalorizar.- Devolver a algo el valor o estimación que había perdido.

Revista.- Publicación que se realiza en forma periódica sobre uno o varios temas de interés general.

Social.- Perteneciente o relativo a la sociedad, relativo sociedad, o a los socios o compañeros, aliados o confederados

Turista.- persona que se desplaza a otros lugares que sea diferente a de su residencia por un período transitorio de tiempo. Mayor de 24 horas.

Tola.- Montículo artificial, que pueden ser ceremoniales, funerales o religiosos.

Yahuarcocha.- Palabra quichua que significa: Yahuar=sangre; cocha=lago/laguna. Por consiguiente laguna de sangre

2.4 INTERROGANTES DE LA INVESTIGACIÓN

- ¿Cuál es la realidad turística del sector de Yahuarcocha en el año 2011-2012?
- ¿Cuáles son los medios de promoción publicitaria de los atractivos turísticos del sector de Yahuarcocha en el año 2011-2012.
- ¿Cómo recopilar la información para la creación de la revista turística y mejorar el desarrollo social y económico del sector de Yahuarcocha?
- La elaboración de la revista turística permitió conocer la aceptación de las Autoridades Competentes, Asociaciones y Pobladores del sector de Yahuarcocha

CAPÍTULO III

3. METODOLOGIA DE INVESTIGACIÓN

3.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de grado, es de tipo exploratorio, descriptiva y propositiva.

Según Sampieri (2006) Manifiesta, “se trata de una exploración inicial, en un momento específico, por lo general, se aplican a problemas de investigación nuevos, o poco conocidos” (p.209)

Se trata de un estudio Exploratorio por cuanto, es un tema o problema de Investigación poco estudiado en la especialidad de Diseño Gráfico.

Según Sampieri (2006) Manifiesta, “Consiste en caracterizar un hecho, fenómeno o grupo con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Indagan la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables, en una población, estudios puramente descriptivos. (p.210).

El objetivo de este tipo de investigación es exclusivamente describir; en otras palabras indicar cuál es la situación en el momento de la investigación.

Es descriptiva cuyo objetivo consiste en describir a profundidad, cada una las características de los paisajes, las costumbres, tradiciones, gastronomía, áreas de recreacionales y propositivo porque una vez conocidos los resultados se planteó una propuesta alternativa, orientada a mejorar los aspectos sociales y económicos del lugar turístico del sector de Yahuarcocha.

3.1.1 Investigación de Campo

En el proyecto se aplicó la investigación de campo ya que se realizó en el mismo lugar de los hechos (Yahuarcocha) Autoridades, Asociaciones y Pobladores, lo que permitió obtener información para conocer la realidad y las necesidades, para diseñar la revista turística

3.1.2 Investigación Documental

La investigación documental contribuyó a la recolección de información, misma que se obtuvo de fuentes bibliográficas como libros, folletos, internet, entrevistas y más recursos escritos disponibles en la actualidad para complementar la información de la tesis.

3.1.3 Proyecto Factible

La investigación realizada fue factible porque contó con el apoyo de las Autoridades, Asociaciones y Pobladores de Yahuarcocha.

Además la investigación que se realizó, fue factible porque no se planteó hipótesis sino que se fundamentó en un estudio bibliográfico, documental y de campo.

3.2 MÉTODOS

3.2.1. Recolección de Información

Mediante este método se recolectó, clasificó y almacenó la documentación que sirvió de manera eficiente al trabajo de investigación.

3.2.2. Científico

Es el principal método del proceso de investigación, ya que ayudó a construir cada una de las fases con una coherencia lógica, para descubrir, las inquietudes formuladas por el investigador, en las encuestas aplicadas a los turistas y a los dueños de los locales de la Asociación Yahuarcocha.

3.2.3. Analítico

Fue de mucha importancia en la investigación ya que nos permitió analizar las preguntas y respuestas de las encuestas aplicadas a las Autoridades, Asociaciones y Pobladores de Yahuarcocha.

3.2.4. Sintético

A través de este método se redactó las conclusiones de cada una de las preguntas y respuestas de las encuestas aplicadas a Asociaciones, Autoridades competentes del sector de Yahuarcocha.

3.2.5. Inductivo

Permitió analizar científicamente una serie de textos de carácter particular para llegar a generalidades que sirvió como referencia en la elaboración de la revista turística.

3.2.6. Deductivo

Este método ayudó a llegar a individualizar o especificar los atractivos turísticos del sector de Yahuarcocha, también nos permitió analizar científicamente una serie de textos de carácter particular para llegar a generalidades que sirvió como referencia en la elaboración de la revista turística.

3.2.7. Estadístico

Con este método se representó en porcentajes la información recabada, a través de estadísticas. Que sirvió para el desarrollo de esta investigación.

3.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.3.1 Encuestas

Se realizó encuestas de opinión a las Asociaciones de San Miguel de Yahuarcocha y Turistas, con el propósito de recolectar la información necesaria para clarificar el problema y proponer la mejor solución posible.

3.3.2 La Entrevista

Se realizó a la Lic. Flor María Vaca Coordinadora del Proyecto del Manejo Integral de la Cuenca de Yahuarcocha, con el propósito de informarnos acerca de los atractivos turísticos que posee el sector de Yahuarcocha.

3.4 POBLACIÓN ASOCIACIONES

La investigación se trabajó con el 100% de las Asociaciones de San Miguel de Yahuarcocha.

ASOCIACIONES	N°
Pescados "San Miguel de Yahuarcocha	22
Frutas "19 de Marzo"	18
Totora "San Miguel de Yahuarcocha"	14
Locales individuales	53
TOTAL	107

3.5 MUESTRA ASOCIACIONES

La suma de Asociaciones, se trabajó con la muestra, la formula será la siguiente.

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

Donde

n = Tamaño de la muestra

P.Q. = Varianza media de la población. Valor constante 0.25

N = Población, Universo

(N-1) = Corrección geométrica para muestras grandes

E = Margen de error estadísticamente aceptable

0.02 = 2% (mínimo)

0.3 = 30% (máximo)

0.05 = 5% recomendado para educación

K = Coeficiente de error, valor constante = 2

$$n = \frac{0,25 \times 107}{(107-1) \frac{0,05^2}{2^2} + 0,25}$$

$$n = \frac{26.75}{(106) \frac{0,0025}{4} + 0,25}$$

$$n = \frac{26.75}{(106) \times 0,000625 + 0,25}$$

$$n = \frac{26.75}{0,31625} \quad n = 84 \text{ Asociados de San Miguel de Yahuarcocha}$$

Conclusión

Para el cálculo de la muestra se trabajó en la investigación con el total de 107 de la población, obteniendo el cálculo de la muestra 84 encuestados.

3.5.1 Fracción Muestral

Para determinar el tamaño de la muestra al azar se trabajó con la siguiente fórmula.

$$C = \frac{n}{N} E$$

Dónde:

m = Fracción Muestral

n = Muestra

N = Población/Universo

E = Estrato (Población)

MUESTRA POR ASOCIACIONES

ASOCIACIONES	N°	
Pescados "San Miguel de Yahuarcocha"	22 x 0,794	17
Frutas "19 de Marzo"	18 x 0,794	14
Totora "San Miguel de Yahuarcocha"	14 x 0,794	11
Locales individuales	53 x 0,794	42
TOTAL	107	84

3.6 POBLACIÓN TURISTAS

En esta investigación se trabajó cerca de 3200 turistas que asisten al sector de Yahuarcocha, para lo cual se realizó el cálculo de la muestra.

3.7 MUESTRA

Para el cálculo de la muestra se aplicó con la siguiente fórmula que posteriormente sirvió para aplicar a un número determinado de turistas que concurren semanalmente.

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

$$n = \frac{0,25 \times 3200}{(3200-1) \frac{0,05^2}{2^2} + 0,25}$$

$$n = \frac{800}{(3199) \frac{0,0025}{4} + 0,25}$$

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

El cuestionario se diseñó con el propósito de conocer cuál es el criterio acerca de los atractivos turísticos que posee el sector de Yahuarcocha, con el propósito de que mejore el desarrollo social y económico y así fortalecer el turismo con la implementación de una revista turística, que contribuya al progreso más eficiente.

La organización y el análisis de los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a los turistas y a los propietarios de los lugares que pertenecen a la Asociación de San Miguel de Yahuarcocha maestras, fueron organizados, tabulados, para luego ser procesados en términos de medidas descriptivas, como frecuencias y porcentajes de acuerdo a los ítems formulados en el cuestionario.

Las respuestas proporcionadas por los turistas y personas que trabajan en los puestos que pertenecen a la Asociación Yahuarcocha, se organizaron como a continuación se detalla.

- ❖ Análisis descriptivo de cada pregunta.

- ❖ Cuadro, Grafico, análisis e interpretación de resultados

4.1.1 Análisis descriptivo e individual de cada pregunta aplicado a los Turistas

Pregunta N° 1.

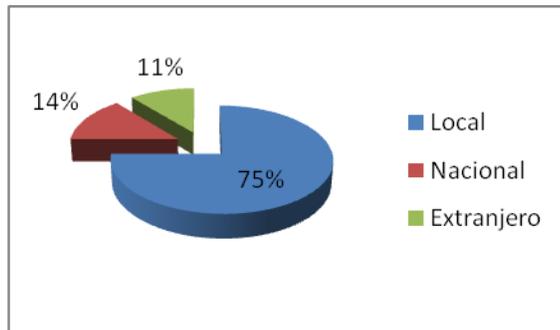
1. ¿Lugar de Origen del turista?

Cuadro N° 1.

Alternativa	Frecuencia	%
Local	240	75,00%
Nacional	45	14,06%
Extranjero	35	10,94%
TOTAL	320	100,00%

Fuente: Encuesta a Turistas "Sector de Yahuarcocha"

Gráfico N° 1.



Elaborado Por: Paola Criollo y Carmen Trujillo

INTERPRETACIÓN.

De acuerdo a los resultados obtenidos proceden la mayoría de los turistas son de nivel local, en menor porcentaje a nivel nacional y un mínimo porcentaje son extranjeros lo que evidencia la necesidad de tener recurso editorial en el que se dé a conocer todas las bondades de Yahuarcocha.

Pregunta N° 2.

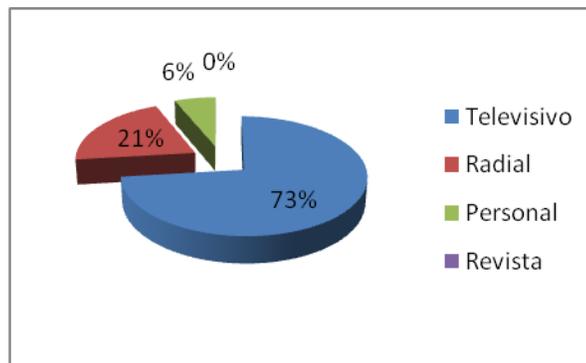
¿Por qué medio publicitario logró obtener información de la laguna de Yahuarcocha?

Cuadro N° 2.

Alternativa	Frecuencia	%
Televisivo	234	73,13%
Radial	66	20,62%
Personal	20	06,25%
Revista	00	00,00%
TOTAL	320	100,00%

Fuente: Encuesta a Turistas "Sector de Yahuarcocha"

Gráfico N° 2.



Elaborado Por: Paola Criollo y Carmen Trujillo

INTERPRETACIÓN.

De acuerdo a los resultados obtenidos la mayoría de los investigados indica que conoce la información de la laguna de Yahuarcocha a través de UTV, TVN, los otros porcentajes indican que la información que recibieron fue radial y personal lo que evidencia la necesidad de buscar otras fuentes de información en la que se promoció todas las bondades de Yahuarcocha

Pregunta N° 3.

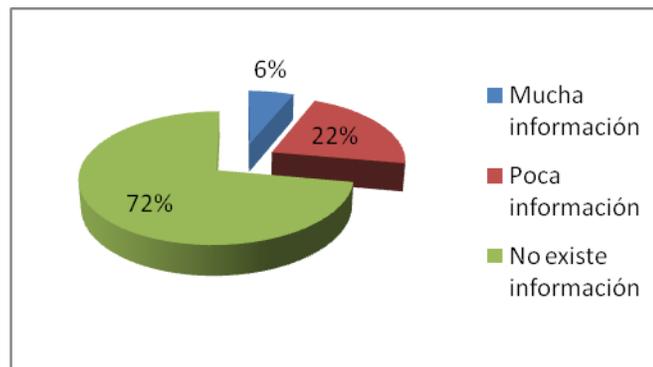
¿Cree que existe suficiente información sobre sus costumbres, tradiciones, lugares para distraerse y gastronomía (realidad turística) del sector de Yahuarcocha?

Cuadro N° 3.

Alternativa	Frecuencia	%
Mucha información	20	06,25%
Poca información	69	21,56%
No existe información	231	72,19%
TOTAL	320	100,00%

Fuente: Encuesta a Turistas "Sector de Yahuarcocha"

Gráfico N° 3.



Elaborado Por: Paola Criollo y Carmen Trujillo

INTERPRETACIÓN

De acuerdo a los resultados obtenidos la mayoría de los investigados indica que no existe suficiente información sobre sus costumbres, tradiciones, lugares para distraerse y gastronomía (realidad turística) del sector de Yahuarcochalo que evidencia la necesidad de tener un recurso editorial en el que se proporciones información del lugar.

Pregunta N° 4.

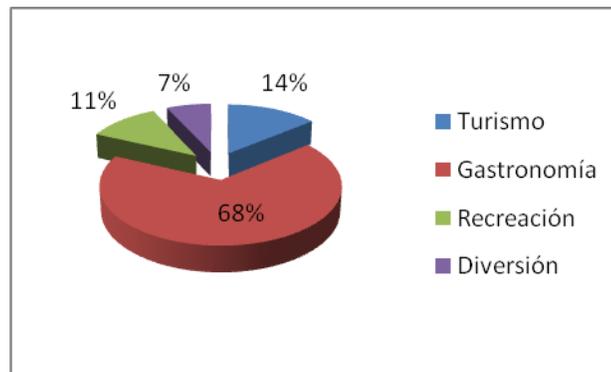
¿Qué actividad principal está realizando en su visita?

Cuadro N° 4.

Alternativa	Frecuencia	%
Turismo	45	14,06%
Gastronomía	217	67,81%
Recreación	36	11,25%
Diversión	22	06,88%
TOTAL	320	100,00%

Fuente: Encuesta a Turistas "Sector de Yahuarcocha"

Gráfico N°4.



Elaborado Por: Paola Criollo y Carmen Trujillo

INTERPRETACIÓN

De acuerdo a los resultados obtenidos la mayoría de los investigados indica que la actividad principal que está realizando en su visita es gastronomía, en menores porcentajes turismo y recreación lo que se puede deducir en la opinión es que están realizando los tres aspectos más significativos y es evidente la necesidad de contar con un recurso editorial en la que indique todas las costumbres y tradiciones de Yahuarcocha.

Pregunta N° 5.

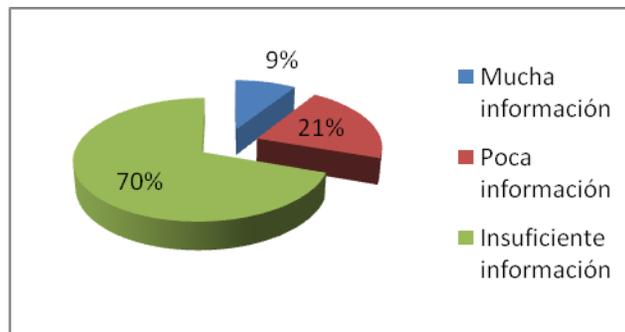
¿Cree que existen documentos, revistas, guías de promoción turística para conocer la realidad del Sector de Yahuarcocha?

Cuadro N° 5.

Alternativa	Frecuencia	%
Mucha información	29	09,06%
Poca información	68	21,25%
Insuficiente información	223	69,69%
TOTAL	320	100,00%

Fuente: Encuesta a Turistas "Sector de Yahuarcocha"

Gráfico N° 5.



Elaborado Por: Paola Criollo y Carmen Trujillo

INTERPRETACIÓN

De acuerdo a los resultados obtenidos la mayoría de los investigados indica que existen insuficiente información acerca de documentos, revistas, guías de promoción turística para conocer la realidad del sector de Yahuarcocha, lo que evidencia la necesidad de tener un recurso editorial actualizado en la que indique todas las costumbres, tradiciones, su paisaje y gastronomía de Yahuarcocha.

Pregunta N° 6.

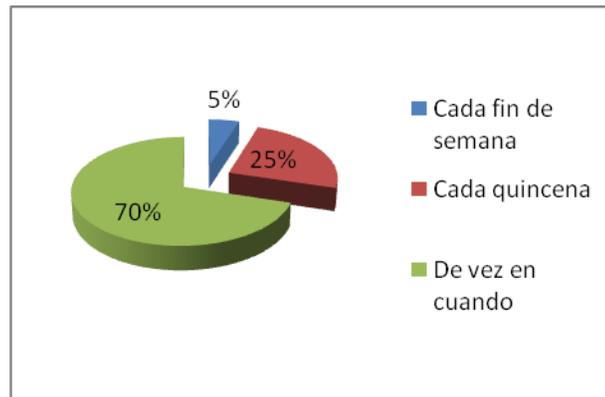
¿Con qué frecuencia viene a este lugar turístico?

Cuadro N° 6.

Alternativa	Frecuencia	%
Cada fin de semana	16	05,00%
Cada quincena	79	24,69%
De vez en cuando	225	70,31%
TOTAL	320	100,00%

Fuente: Encuesta a Turistas "Sector de Yahuarcocha"

Gráfico N° 6.



Elaborado Por: Paola Criollo y Carmen Trujillo

INTERPRETACIÓN

De acuerdo a los resultados obtenidos la mayoría de los investigados indica que de vez en cuando asiste a este lugar turístico, como se había analizado en datos anteriores la mayoría de encuestados vienen por: gastronomía, turismo, recreación lo que evidencia la necesidad de tener un recurso editorial en la que identifique los lugares para visitar en Yahuarcocha.

Pregunta N° 7.

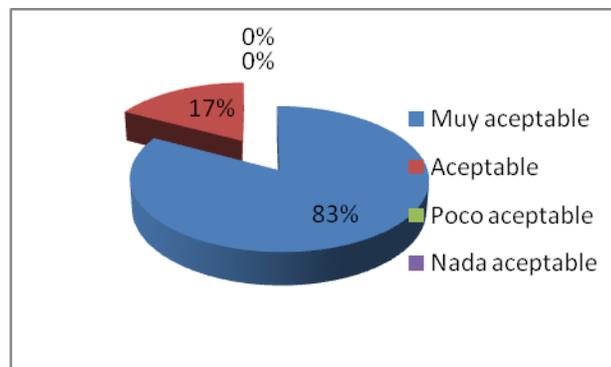
¿Los productos y servicios que generalmente consume en este lugar turístico, los considera Usted?

Cuadro N° 7.

Alternativa	Frecuencia	%
Muy aceptable	265	82,81%
Aceptable	55	17,19%
Poco aceptable	00	00,00%
Nada aceptable	00	00,00%
TOTAL	320	100,00%

Fuente: Encuesta a Turistas "Sector de Yahuarcocha"

Gráfico N° 7.



Elaborado Por: Paola Criollo y Carmen Trujillo

INTERPRETACIÓN

De acuerdo a los resultados obtenidos la mayoría de los investigados indica que los productos y servicios que generalmente consume en este lugar turístico, son muy aceptable, pero sin embargo se puede manifestar que hace falta una revista turística en la que indique todas las bondades de Yahuarcocha.

Pregunta N° 8.

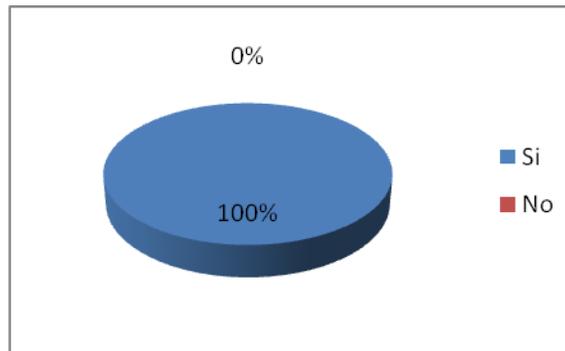
¿Cree que el entorno de la laguna de Yahuarcocha es un atractivo turístico?

Cuadro N° 8.

Alternativa	Frecuencia	%
Si	320	100,00%
No	00	00,00%
TOTAL	320	100,00%

Fuente: Encuesta a Turistas "San Miguel de Yahuarcocha"

Gráfico N° 8.



Elaborado Por: Paola Criollo y Carmen Trujillo

INTERPRETACIÓN

De acuerdo a los resultados obtenidos, el cien por ciento la mayoría de los investigados indica que el entorno de la laguna de Yahuarcocha es un atractivo turístico lo que evidencia la necesidad de tener recurso editorial que sea una revista turística en la que indique todas las bondades de Yahuarcocha.

Pregunta N° 9.

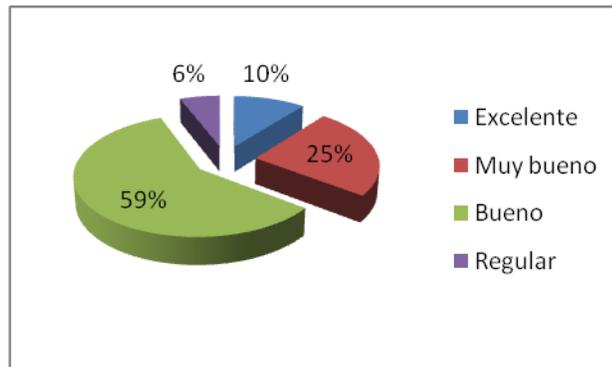
¿Cómo le pareció la información turística proporcionada por los pobladores acerca del entorno natural de Yahuarcocha?

Cuadro N° 9.

Alternativa	Frecuencia	%
Excelente	34	10,63%
Muy bueno	79	24,69%
Bueno	188	58,75%
Regular	19	05,93%
TOTAL	320	100,00%

Fuente: Encuesta a Turistas "San Miguel de Yahuarcocha"

Gráfico N° 9.



Elaborado Por: Paola Criollo y Carmen Trujillo

INTERPRETACIÓN

De acuerdo a los resultados obtenidos más de la mitad de los investigados indica que la información turística proporcionada por los pobladores acerca del entorno natural de Yahuarcocha es buena, pero que hace falta una revista turística en la que indique todas las costumbres, tradiciones, sus paisajes, gastronomía de Yahuarcocha.

Pregunta N° 10.

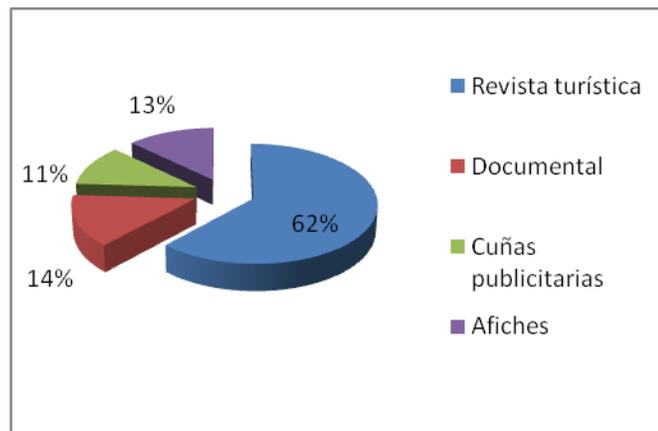
¿Qué cree que le hace falta a la laguna de Yahuarcocha para fortalecer su imagen turística a nivel local, nacional e internacional?

Cuadro N° 10.

Alternativa	Frecuencia	%
Revista turística	198	61,88%
Documental	45	14,06%
Cuñas publicitarias	36	11,25%
Afiches	41	12,81%
TOTAL	320	100,00%

Fuente: Encuesta a Turistas "San Miguel de Yahuarcocha"

Gráfico N° 10.



Elaborado Por: Paola Criollo y Carmen Trujillo

INTERPRETACIÓN

De acuerdo a los resultados obtenidos la mayoría de los investigados indica que le hace falta una revista turística de la laguna de Yahuarcocha para fortalecer su imagen turística a nivel local, nacional e internacional con todas las bondades, tradiciones, costumbres y gastronomía.

4.1.2 Análisis descriptivo e individual de cada pregunta aplicado a los Propietarios de los locales de la Asociación Yahuarcocha

Pregunta N° 1.

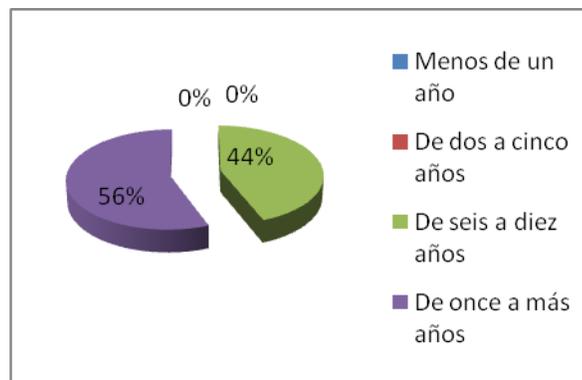
¿Hace que tiempo inició la actividad económica?

Cuadro N° 1.

Alternativa	Frecuencia	%
Menos de un año	0	00,00%
De dos a cinco años	0	00,00%
De seis a diez años	37	44,05%
De once a más años	47	55,95%
TOTAL	84	100,00%

Fuente: Encuesta a Turistas "San Miguel de Yahuarcocha"

Gráfico N° 1.



Elaborado Por: Paola Criollo y Carmen Trujillo

INTERPRETACIÓN.

De acuerdo a los resultados obtenidos más de la mitad de los investigados indica que la actividad económica que la inició fue hace más de once años, lo que se puede deducir que tienen algún tiempo en esta actividad, pero sin ningún tipo de promoción publicitaria, relacionados al turismo del sector de Yahuarcocha, con sus productos y servicios que generalmente consume en el cliente.

Pregunta N° 2.

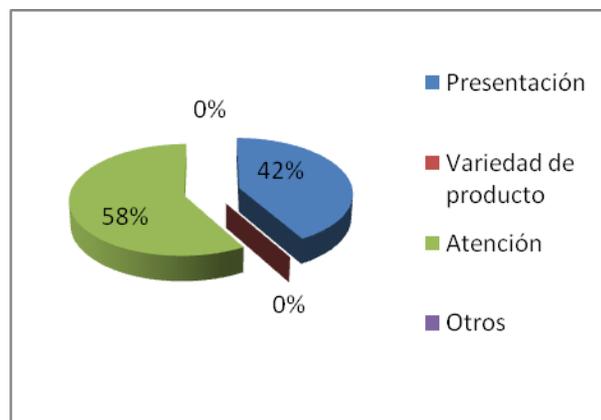
¿Cómo marca Ud. la diferencia con sus competidores?

Cuadro N° 2.

Alternativa	Frecuencia	%
Presentación	35	41,67%
Variedad de producto	00	00,00%
Atención	49	58,33%
Otros	00	00,00%
TOTAL	84	100,00%

Fuente: Encuesta a Turistas "San Miguel de Yahuarcocha"

Gráfico N° 2.



Elaborado Por: Paola Criollo y Carmen Trujillo

INTERPRETACIÓN.

De acuerdo a los resultados obtenidos más de la mitad de los investigados indica que marca la diferencia con sus competidores brindando una atención de calidad, la presentación de sus productos variados y de buena calidad, para que de esta manera los turistas regresen a este lugar sin embargo se puede manifestar que hace falta una revista turística en la que indique todas las bondades de Yahuarcocha.

Pregunta N° 3.

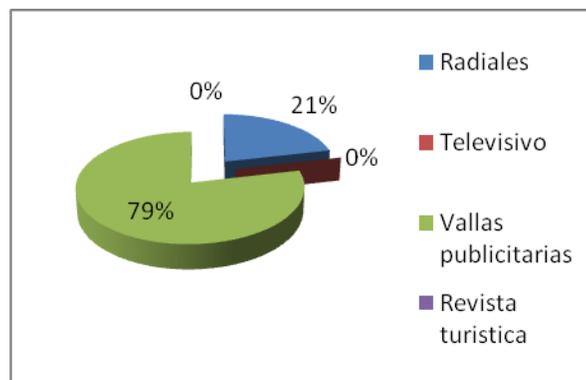
¿Qué medio publicitario utiliza para atraer la atención de los turistas a su local?

Cuadro N° 3.

Alternativa	Frecuencia	%
Radiales	18	21,43%
Televisivo	00	00,00%
Vallas publicitarias	66	78,57%
Revista turística	00	00,00%
TOTAL	84	100,00%

Fuente: Encuesta a Turistas "Sector de Yahuarcocha"

Gráfico N° 3.



Elaborado Por: Paola Criollo y Carmen Trujillo

INTERPRETACIÓN

De acuerdo a los resultados obtenidos la mayoría de los investigados indica que el medio publicitario que utiliza para atraer la atención de los turistas a su local, son las vallas publicitarias que se encuentran en los lugares de trabajo, en la que se promociona variedad de productos con exquisito sabor y calidad. Pero sin embargo se puede manifestar que hace falta una revista turística en la que indique todas las bondades de Yahuarcocha. Para que el turista a nivel, local, nacional e internacional se informe.

Pregunta N° 4.

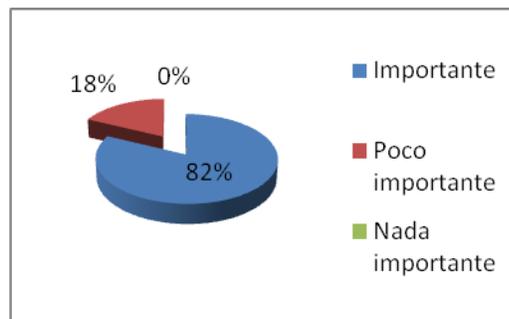
4¿Cree que la promoción y publicidad son importantes para atraer clientes a su local?

Cuadro N° 4.

Alternativa	Frecuencia	%
Importante	69	82,14%
Poco importante	15	17,86%
Nada importante	00	00,00%
TOTAL	84	100,00%

Fuente: Encuesta a Turistas "Sector de Yahuarcocha"

Gráfico N°4.



Elaborado Por: Paola Criollo y Carmen Trujillo

INTERPRETACIÓN

De acuerdo a los resultados obtenidos la mayoría de los investigados indica que es importante la promoción y publicidad para atraer clientes a su local, ya que los productos y servicios que generalmente consume serían conocidos y se vendería más; es decir existiría un desarrollo social y económico de la región.

Pregunta N° 5.

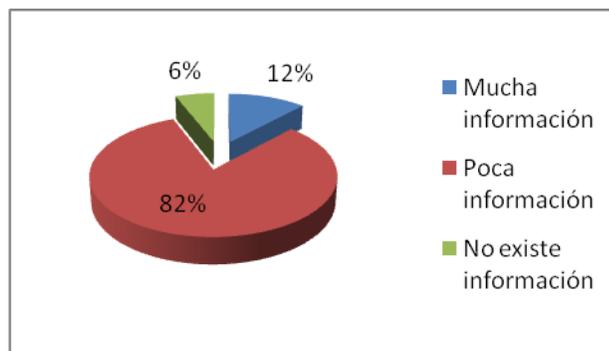
¿Según su criterio cree que existe suficiente información sobre sus costumbres, tradiciones, lugares para distraerse y gastronomía (realidad turística) del sector de Yahuarcocha?

Cuadro N° 5.

Alternativa	Frecuencia	%
Mucha información	10	11,90%
Poca información	69	82,15%
No existe información	05	5,95%
TOTAL	84	100,00%

Fuente: Encuesta a Turistas "Sector de Yahuarcocha"

Gráfico N° 5.



Elaborado Por: Paola Criollo y Carmen Trujillo

INTERPRETACIÓN

De acuerdo a los resultados obtenidos la mayoría de los investigados indica que existe poca información sobre sus costumbres, tradiciones, lugares para distraerse y gastronomía (realidad turística) del sector de Yahuarcocha pero sin embargo se puede manifestar que hace falta una revista turística en la que indique todas las bondades de Yahuarcocha y de esta manera atraer al turista local, nacional e internacional. Se sugiere que las autoridades brinden mayor atención a estos atractivos

Pregunta N° 6.

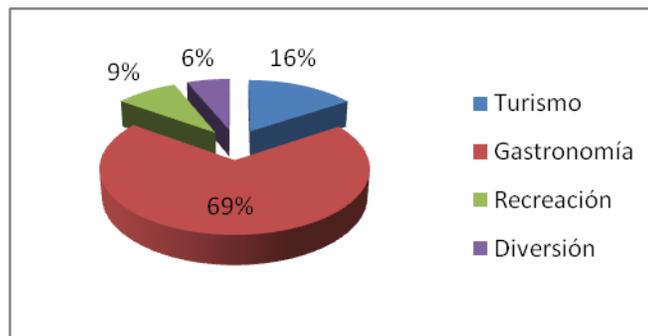
¿Según su opinión qué actividad principal el turista está realizando en su visita?

Cuadro N° 6.

Alternativa	Frecuencia	%
Turismo	14	16,67%
Gastronomía	62	73,81%
Recreación	08	09,52%
Diversión	00	6,58%
TOTAL	84	100,00%

Fuente: Encuesta a Turistas "Sector de Yahuarcocha"

Gráfico N° 6.



Elaborado Por: Paola Criollo y Carmen Trujillo

INTERPRETACIÓN

De acuerdo a los resultados obtenidos la mayoría de los investigados indica que actividad principal el turista está realizando en su visita es la gastronomía y por ende del turismo es decir el turista viene a degustar de los exquisitos platos que ofrece cada uno de los locales y posteriormente visita algunos lugares característicos por su belleza natural que el entorno ofrece, pero sin embargo se puede manifestar que hace falta una revista turística en la que indique todas lo que posee Yahuarcocha.

Pregunta N° 7.

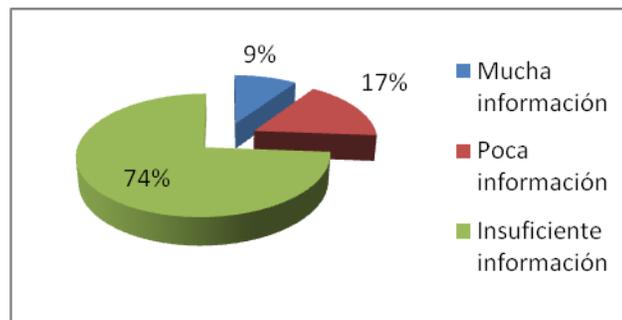
¿Según su criterio cree que existen documentos, revistas, guías de promoción turística para conocer la realidad del Sector de Yahuarcocha?

Cuadro N° 7.

Alternativa	Frecuencia	%
Mucha información	08	09,52%
Poca información	14	16,67%
Insuficiente información	62	73,81%
TOTAL	84	100,00%

Fuente: Encuesta a Turistas "Sector de Yahuarcocha"

Gráfico N° 7.



Elaborado Por: Paola Criollo y Carmen Trujillo

INTERPRETACIÓN

De acuerdo a los resultados obtenidos la mayoría de los investigados indica que existe insuficiente información en documentos, revistas, guías de promoción turística para conocer la realidad del sector de Yahuarcocha acerca de los productos y servicios que generalmente consume en este lugar turístico, pero sin embargo se puede manifestar que hace falta una revista turística en la que indique todas los paisajes naturales, lugares para degustar los exquisitos platos, leyendas que los pobladores han manifestado de Yahuarcocha.

Pregunta N° 8.

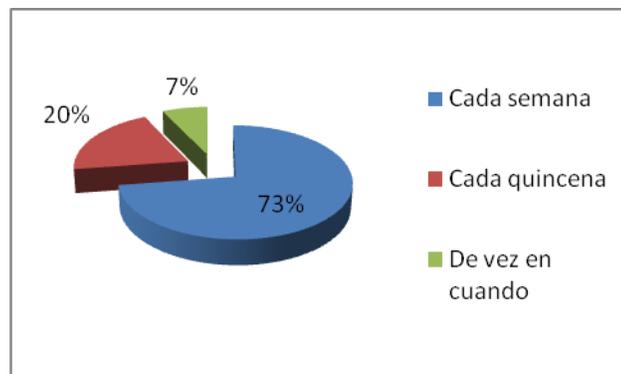
¿Con qué frecuencia vienen los turistas a este lugar turístico?

Cuadro N° 8.

Alternativa	Frecuencia	%
Cada semana	61	72,72%
Cada quincena	17	20,24%
De vez en cuando	06	07,14%
TOTAL	152	100,00%

Fuente: Encuesta a Turistas "Sector de Yahuarcocha"

Gráfico N° 8.



Elaborado Por: Paola Criollo y Carmen Trujillo

INTERPRETACIÓN

De acuerdo a los resultados obtenidos la mayoría de los investigados indica que la frecuencia que vienen los turistas a este lugar turístico es cada fin de semana, en la que vienen por turismo, recreación y a degustar los exquisitos platos que ofrece los propietarios que pertenecen a la Asociación San Miguel de Yahuarcocha.

Pregunta N° 9.

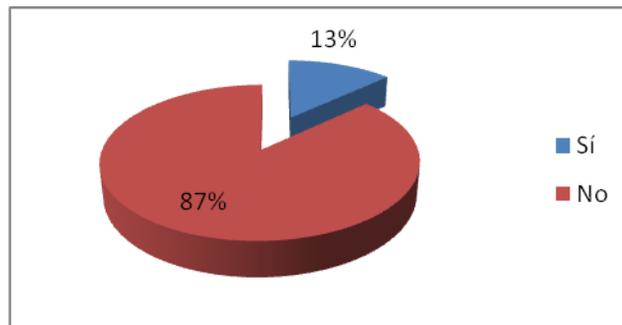
¿Existe alguna revista o documento para conocer la laguna de Yahuarcocha y sus atractivos turísticos?

Cuadro N° 9.

Alternativa	Frecuencia	%
Sí	11	13,10%
No	73	86,90%
TOTAL	84	100,00%

Fuente: Encuesta a Turistas "Sector de Yahuarcocha"

Gráfico N° 9.



Elaborado Por: Paola Criollo y Carmen Trujillo

INTERPRETACIÓN

De acuerdo a los resultados obtenidos la mayoría de los investigados indica que no existe alguna revista o documento para conocer la laguna de Yahuarcocha y sus atractivos turísticos este hecho es preocupante por cuanto las Autoridades locales y nacionales deben difundir y promocionar de cada uno de los lugares turísticos de la provincia de Imbabura y en especial la laguna de Yahuarcocha.

Pregunta N° 10.

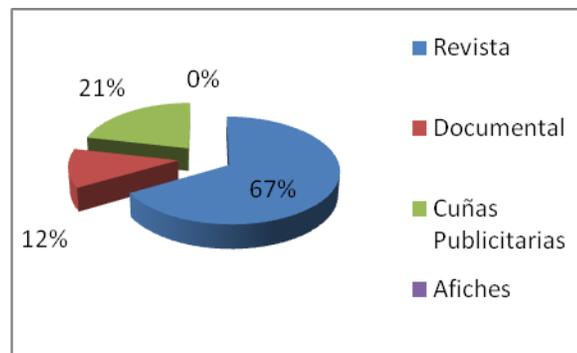
¿Según su opinión que le hace falta a la Laguna de Yahuarcocha para fortalecer su imagen turística a nivel local, nacional e internacional?

Cuadro N° 10.

Alternativa	Frecuencia	%
Revista	56	66,67%
Documental	10	11,90%
Cuñas Publicitarias	18	21,43%
Afiches	00	00,00%
TOTAL	84	100,00%

Fuente: Encuesta a Turistas "Sector de Yahuarcocha"

Gráfico N° 10.



Elaborado Por: Paola Criollo y Carmen Trujillo

INTERPRETACIÓN

De acuerdo a los resultados obtenidos más de la mitad de los investigados indica que hace falta una revista para la promoción turística de Yahuarcocha para fortalecer su imagen a nivel local, nacional e internacional con sus costumbres, tradiciones, lugares para distraerse y gastronomía (realidad turística) del sector de Yahuarcocha.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- Los investigados indican que el medio publicitario que utiliza para atraer la atención de los turistas a su local, son publicidad en el punto de venta (letreros) que se encuentran en los lugares de trabajo.
- Se identifica la existencia de poca información sobre sus costumbres, tradiciones, lugares para distraerse y gastronomía es decir se desconoce la realidad turística del sector de Yahuarcocha.
- Se evidencia escasa de información en diversos tipos de documentos como: revistas, guías de promoción turísticas y otros recursos del sector de Yahuarcocha.
- La población de San Miguel de Yahuarcocha, ha elevado su capacidad económica gracias a la actividad turística desplegada en los últimos años.
- Más de la mitad de los investigados indica que hace falta una revista para la promoción turística de Yahuarcocha y fortalecer su imagen a nivel local, nacional e internacional con sus costumbres, tradiciones, lugares para distraerse y gastronomía (realidad turística) del sector de Yahuarcocha.

5.2 Recomendaciones

- Los propietarios de los locales de la Asociación Yahuarcocha deben buscar las estrategias de promoción y difusión en sus lugares de trabajo a través de la publicidad en el punto de venta (PPV), con alternativas en el campo visual.
- Las autoridades locales, provinciales y nacionales deben promover acciones para crear una revista turística de los lugares de Ibarra y en especial de la laguna de Yahuarcocha.
- Las Autoridades y Agencias de Turismo deben propiciar información suficiente como: revistas, guías de promoción, folletos, afiches, trípticos, y otros materiales, para conocer la realidad del sector de Yahuarcocha, con sus costumbres, tradiciones, leyendas, lugares turísticos y gastronomía, que impulsen la actividad turística y el mejoramiento socioeconómico del sector.
- Promover acciones por parte de las autoridades locales, para mejorar las condiciones económicas y promover la actividad turística en el sector.
- Que se le promocióne a la laguna de Yahuarcocha con sus atractivos a través de una revista turística como medio de promoción del sector.

CAPITULO VI

6. PROPUESTA ALTERNATIVA

6.1. TÍTULO

REVISTA TURÍSTICA “YAHUARCOCHA UN RINCÓN NATURAL LLENO DE HISTORIA Y LEYENDA” PARA MEJORAR EL DESARROLLO SOCIAL Y ECONÓMICO DEL SECTOR DE YAHUARCOCHA

6.2. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

La investigación efectuada a los turistas que concurren al sector de Yahuarcocha y a los propietarios de los locales que pertenecen a la Asociación Yahuarcocha, permitió recabar información relacionada con el problema de estudio como diagnosticar la realidad turística del sector, los medios publicitarios de promoción turística.

Si bien es cierto se evidenció en las encuestas efectuados a los protagonistas que existe poca información relacionada con el problema de investigación, los pobladores desconocen de la historia de la laguna de Yahuarcocha, se sugiere a las Autoridades encargadas del turismo de la laguna de Yahuarcocha y sus alrededores un atractivo turístico, es un lugar de interés ya que los turistas visitan, por lo bello de sus paisajes por su valor cultural y, belleza natural o artificial, original, propio de la naturaleza además sus bellos paisajes sirven para la recreación y diversión. Y posteriormente degustar de su rica gastronomía.

La elaboración de la revista turística “Yahuarcocha un rincón natural lleno de historia y leyenda” benefició a los pobladores, propietarios de los lugares donde se degusta de una excelente gastronomía y autoridades. Esta revista sirvió de gran ayuda porque a través de ella los turistas conocieron las maravillas de nuestra provincia y lugares para visitar.

La elaboración de esta revista turística fue de vital importancia por cuanto, mediante ella se conoció la atractividad de su laguna, paisajes, costumbres y tradiciones es un elemento motivacional del turista a viajar, y generalmente la afluencia de turistas a un lugar genera actividad económica conexas como ser hotelería, gastronomía, agencias receptoras que realizan excursiones, comercios locales, entre otros; y desarrollo de infraestructura para el acceso y disfrute del atractivo turístico

6.3. FUNDAMENTACIÓN

6.3.1 Teoría de la Comunicación

Según Jorge Frascara manifiesta: “La comunicación no constituye una parte de la psicología, sino el principio mismo que rige las relaciones entre el hombre y el mundo, entre el individuo y la sociedad, determinando la fenomenología del comportamiento humano”.

La comunicación es el área que le da razón de ser al diseño gráfico y representa el origen y objetivo de todo trabajo. Cabe resaltar dos características en cuanto a la comunicación: Una, la capacidad potencial de

las comunicaciones visuales como formas de transferencias de mensajes y comunicados y otra la importancia de la comunicación visual en cuanto a objeto de orientación, conocimiento y desarrollo humano.

En nuestro caso, en el lenguaje visual, comunicamos un significado por medio de símbolos visuales o audiovisuales. El lenguaje visual, tiene un campo; de acción enorme haciéndose casi universal, ya que ignora los límites del idioma, vocabulario y la gramática. La interpretación de un mensaje comprende dos niveles: El nivel semántico, denotado (lo que quiere decir) y el nivel sintáctico, connotado (como atrae estéticamente al decirlo).

EMPRESA	Emisor del mensaje
DISEÑADOR	Codificador
	Interpreta los códigos del emisor y los hace entendibles para el receptor.
PRODUCTO DE DISEÑO	Mensaje
	Actúa en un contexto que lo condiciona.
MEDIO	Transmisor del mensaje
DIFUSOR	Condiciona al mensaje.
CONSUMIDOR	Receptor
	Según su código de valores condiciona al mensaje.

El consumidor puede tener tres tipos de respuesta:

Información (aprendizaje, valores funcionales, utilitarios y racionales).

Persuasión (modificación de conducta o actitud, valores emotivos).

Identificación (distingue al elemento del contexto, valores neutros que sirven para el reconocimiento).

6.3.2 DISEÑO

Para ARFUCH Leonor (2001) dice: "El diseño ilustra la filosofía técnica y económica de una empresa, y la imagen de la empresa revela el carácter de la misma, define su mentalidad.

El diseñador es el filósofo de la empresa, el que, sea cual sea dicha mentalidad, la hace perceptible" La calidad de una buena comunicación y de una buena pieza de diseño, son de una gran importancia dentro del mercado donde actúa la empresa, ya que este mensaje identificará a la institución y la diferenciará de la competencia.

Para lograr una buena comunicación con el público es fundamental que todo el proceso de elaboración y creación del mensaje se realice mediante un equipo disciplinado de tareas donde se intercambien opiniones y se realicen tareas conjuntas entre la empresa, diseñadores y todas aquellas áreas que intervengan en el proceso, como ser las áreas de marketing, ventas, tecnología, logística, producción, para pulir al máximo la efectividad del mensaje.

Como hemos visto la función del diseño gráfico es dar forma a los mensajes, tenemos que tener en cuenta que estos mensajes tienen una

importante función social, ya que se dirigen a la gente y por lo tanto el diseñador debe tomar una serie de responsabilidades tales como:

- **Responsabilidad Profesional:** La responsabilidad del diseñador, de crear un mensaje que sea detectable, atractivo y convincente frente al cliente y al público.
- **Responsabilidad Ética:** La creación de mensajes que apoyen valores humanos básicos.
- **Responsabilidad Social:** La producción de mensajes que hagan una contribución positiva a la sociedad o, al menos, que no afecten con una contribución negativa.
- **Responsabilidad Cultural:** La creación de objetos visuales que contribuyan al desarrollo cultural más allá de los objetivos operativos del proyecto.

El diseño gráfico, en cuanto al hecho comunicacional, puede ser definido por tres elementos:

- **La persuasión:** Procura convencer al receptor de que no existe más que una elección razonable, a través de valores emotivos. El mensaje está destinado a afectar el conocimiento, las actitudes y el comportamiento de la gente.
- **La identificación:** Distingue al elemento del contexto a través de valores neutros que sirven para el reconocimiento.
- **La información:** Refiere a la comunicación objetiva de los eventos. Valores funcionales, utilitarios y racionales.

En la etapa de creatividad es cuando, en un momento de "iluminación", llegamos a la idea rectora, surgida del análisis de datos ya que en el problema se encuentra la solución. La idea, de este modo, será un cambio de punto de vista del problema de un modo original. La comprobación de que el mensaje ha sido efectivo en el receptor, es también parte del proceso de diseño.

El acto de diseñar no está librado al azar, ni a gusto del diseñador, sino que se rige por un sistema ordenado de acciones, en el cual dado el problema daremos una solución posible. Esa solución tendrá una forma (significante) y una función (significado). De ello podemos deducir que el diseño es el arte de la re significación permanente.

6.3.3 DISEÑO EDITORIAL

6.3.3.1 Diagramación

Según TOVAR, Magda. (2008) manifiesta que: "Diagramar es distribuir, organizar los elementos del mensaje bimedia en el espacio bidimensional mediante criterios de jerarquización buscando funcionalidad del mensaje bajo una apariencia estética agradable" (p.2).

La diagramación corresponde a la ordenación de elementos gráficos dentro de un espacio determinado. Esta ordenación es determinante en las cualidades de legibilidad de un impreso e influyente en la disposición e interés por parte del lector, por lo que no puede ser manejada al azar y debe

ser funcional. Los aspectos principales de diseño en este campo son: la retícula que se emplea para dar una estructura a la página, el estilo tipográfico y los elementos auxiliares. La idea de que una diagramación difícil beneficia al diseño, es un error, es verdad que puede hacer que las páginas tengan un aspecto distinto, pero resulta mucho más persuasivo crear ideas nuevas con las estructuras que ya funcionan.

Respecto a la composición del impreso, es ideal que el título sea un llamado de atención, lo contrario de la masa de texto, que debe tener y mantener la atención y estipulación ya captada por el título.

La estructura de una revista se puede descomponer en dos elementos: La portada y el contenido.

- La portada cumple dos funciones: vender el concepto general de la publicación en el lugar donde se vaya a exhibir y reflejar por medio del diseño, el nivel intelectual del contenido.
- La cubierta debe promover primero el trabajo del autor en una forma y manera que complemente el contenido.
- Segundo, como pieza de embalaje, debe cumplir la función de exhibirse al público desde el estante, kiosco o donde se encuentre en exhibición.

6.3.3.2 La Composición

La finalidad del diseño gráfico es transmitir ideas, mensajes, informaciones visuales. La composición de un diseño es, adecuar distintos

elementos gráficos dentro de un espacio visual, que previamente habremos seleccionado, combinándolos de tal forma que todos ellos sean capaces de poder aportar un significado para transmitir un mensaje claro a los receptores.

Los elementos de la composición y la forma en que estos se disponen, es «todo» en nuestra maquetación. Cada uno de estos elementos tiene su función dentro del diseño y por tanto su grado de importancia, que cumplan su misión será su cometido.

6.3.3.3 La Imagen

Según HARRIS, Paul. (2005) dice: “Las imágenes pueden transmitir las ideas con gran rapidez, mucho más que si se describen mediante un texto y por ello constituyen una herramienta básica en la caja de un diseñador” (p.11)

La identidad visual es el único soporte gráfico capaz de valorizar, distinguir y reforzar la imagen del producto con sus competidores, por ello debemos crear una imagen que se identifique plenamente. Crear un nombre de fácil lectura y pronunciación, que tenga impacto, que sea original y que posea valores emocionales y recordatorios para el consumidor.

El logotipo debe hablar por sí mismo identificándose por su personalidad, debe ser original, de impacto inmediato y fácil lectura. El color debe ir acorde con el producto, y no solo comprende al logotipo, sino a todos los elementos de la revista, para mantener la coherencia formal en esta.

6.3.3.4 Color

Para ALBERS Josef, (2001) manifiesta que: “El color es el medio más relativo en el arte, pero en este mundo que cambia constantemente ¿no es acaso la constancia de los colores algo con lo que siempre podemos contar. El rojo es rojo ¿o no? Algunas veces más pálido, otras veces muy encendido, cuando lo vemos de cerca, y otros muy diluidos cuando lo visualizamos de lejos”. (p.66)

Al hablar del color, en la revista, nos remitimos a unas pocas ideas y criterios esenciales que pueden aplicarse al diseño editorial en general. La percepción del color cambia cuando se modifica una fuente luminosa, o cuando la superficie que refleja la luz está manchada o revestida de un pigmento diferente.

6.3.3.5 Retícula

Según la página web www.diseñograficreticulas.com

Todo trabajo de diseño se debe regir por una estructura previamente estudiada. Esto permite obtener claridad, legibilidad y funcionalidad a la composición, además de facilitar el trabajo creativo.

Existe un método para resolver los problemas planteados a la hora de diseñar un catálogo, una revista, o cualquier otra publicación. Estamos hablando de la retícula, que consiste en dividir el espacio en pequeños módulos (o rectángulos), que sirven de guía para la ubicación de los elementos.

La finalidad de la retícula es intentar establecer orden donde hay caos; hacer que el receptor encuentre el material en el lugar esperado y que el diseñador piense de forma constructiva y estructurada. El diseñador debe encontrar un equilibrio entre la retícula diseñada y el material (texto o ilustraciones), en caso de que éste no se adapte a esa estructura establecida, tendremos que modificar la retícula, ya que no es aconsejable que forcemos el material.

Puede que tengan modificaciones en secciones diferentes por ejemplo, que varíen algunos aspectos cuando se pasa de un apartado de noticias a otro en el que expone un artículo, pero en general, las partes comunes o básicas de una determinada revista seguirán en todas sus publicaciones manteniendo un estilo propio, que se puede basar en:

- ❖ Número de columnas en cada página y dimensiones de las mismas.
- ❖ Tamaño del medianil. El medianil es la distancia que existe entre las columnas.
- ❖ Color que se le aplica a los titulares y a otros elementos de la publicación.

- ❖ Tipografía estándar y tamaños utilizados en todas las publicaciones, así como el interlineado utilizado.
- ❖ El estilo de la portada, secciones, encabezados, paginación.
- ❖ En algunos casos la forma de presentar las imágenes y otros elementos ornamentales.
- ❖ Las principales ventajas que tiene que ofrecer nos una retícula bien diseñada las podemos resumir en tres: repetitividad, composición y comunicación.

6.3.3.6 Formatos en Diseño Editorial

Definiremos el formato como el tamaño del área que tenemos para realizar una composición, es decir, el área para diseñar.

En el aspecto editorial hay ocasiones en las que el formato puede ser elegido por el diseñador, lo que da muchas posibilidades la hora de componer.

A su vez los formatos se pueden dividir en diferentes estructuras:

- Formatos de una columna, suele emplear se para libros, mostrando solo texto, una imagen acompaña da de texto, o solo imagen.
- Formatos de dos columnas, ofrece más posibilidades para combinar textos e imágenes.

- Formatos de tres columnas, también ofrece muchas posibilidades con respecto a la combinación de imágenes y textos de diferentes tamaños.
- Formatos de cuatro columnas, se suele utilizar en periódicos y revistas, ya que facilita la composición cuando se trata de mucho texto.

En cualquier caso hay que tener en cuenta el tamaño de las columnas, ya que condicionará el tamaño de la tipografía.

6.3.3.7 Fotografía e Ilustración

Son por lo general los elementos que más llaman la atención y es la parte de la composición que seguro que miramos. La presencia de una imagen abre al diseñador un abanico de posibilidades, pues son elementos que:

- Proporcionan información
- Enseñan el producto tal como es
- Hacen la comunicación más real y creíble
- Sugieren, expresan sensaciones, estimulan...

6.3.3.8 La Ilustración

Según HOUSEKEEPING, Good. (2002) manifiesta: “Como diseñador de una revista, se espera que encargues la ilustración, esto significa que toca que adquirir varias habilidades. La primera esta la capacidad de interpretar

un manuscrito. Uno debe leerlo, entenderlo y sacar de ideas visuales. Es improbable que, además de diseñador sea ilustrador (p.132)

Otra forma de transmitir una idea, un concepto. El dibujo publicitario se ha desarrollado notablemente en los diferentes medios publicitarios. Puede ser tan eficaz como la fotografía y de igual manera representar sensaciones. Dependiendo de la composición o estructura que tenga la ilustración, reflejará sensaciones diferentes.

6.3.3.9 El Logotipo

El elemento del diseño que representa a la empresa, el producto, servicio del anunciante, en definitiva, la imagen de la empresa.

Según GONZÁLEZ, Juan. (2001) dice: “Un logotipo de calidad da a la empresa un aire inmediato de profesionalismo, no importa si la empresa es nueva o esté menos establecida, un consumidor siempre dará una oportunidad a un negocio que vea profesional”.

6.3.3.10 Espacios en Blanco

Los espacios es blanco transmiten claridad, libertad, espacio y ayudan en muchos casos a equilibrar la composición.

6.3.3.11 Secciones y partes de la publicación

Una revista puede constar de portada, contraportada, editorial, sumario o contenido, en el que podemos encontrar diferentes temas y anuncios.

Sin embargo un libro puede tener infinidad de partes diferentes como: la portada, contraportada, página de guarda, presentación, prólogo, bibliografía, la cubierta, lomo, solapas, la página de créditos, la dedicatoria, el prefacio, la nota de agradecimientos el sumario, el texto con sus partes, capítulos e ilustraciones y los materiales finales como apéndices, notas bibliográficas, páginas de créditos de las ilustraciones, glosarios, índices, colofones.

6.3.3.12 La Elección Tipográfica

La presencia tipográfica es amplia y el objetivo del diseñador debe ser que se lea, sería conveniente tener en cuenta las leyes de legibilidad tipográfica y facilitaren la medida de lo posible esa lectura.

Para ello sería conveniente hacer una elección tipográfica para los textos extensos de unos caracteres que sean bien proporcionados y abiertos, con regularidad en los tipos. Sí queremos aportar una tipografía más original o poco vista, pero con poca legibilidad, debemos hacer un uso racional de ella, aplicándola en textos poco extensos.

6.3.3.13 El Logotipo

- **¿Qué es una Marca?**

Una marca es un signo gráfico que hace referencia a quien emite el mensaje. Su función es la de identificar al emisor, la marca es el principio mismo de la identidad visual, la forma primaria de expresión de la identidad.

Según COSTA, Joan: “La marca tiene en primer lugar el sentido de la información funcional: Constituye un elemento referencial de orientación en la localización de un producto entre muchos otros” (p.56)

La marca se inserta fuertemente en el sustrato social, gracias a la gran difusión de la misma en la comunicación publicitaria. La marca debe cumplir una función diferenciadora dentro del contexto en que actúa, para que el receptor sea seducido por la misma.

6.3.3.14 Material o soporte

Para las publicaciones impresas existe actualmente una amplia gama de papeles que varían en gramaje, textura y color. La elección del papel varía según el tipo de edición y su presupuesto. A la hora de pensar el diseño editorial de una publicación es necesario tener en cuenta la calidad del papel a utilizar, ya que ésta es clave, por ejemplo, para la elección de las imágenes y para el uso de los colores.

El diseñador debe elegir el formato de pliego más conveniente para evitar el desperdicio de papel, de acuerdo con el tamaño de la página del libro, revista o periódico a diseñar. Se deberán dejar márgenes de seguridad teniendo en cuenta el corte final, como también los posibles defectos en la medida original del pliego.

Además se deben considerar algunos centímetros más en el lado del pliego en el que las pinzas de las máquinas impresoras toman el papel al momento de imprimir.

6.4 OBJETIVOS

6.4.1 Objetivo General

- Diseño y creación de una revista turística “Yahuarcocha un rincón natural lleno de historia y leyenda” para mejorar el desarrollo social y económico del sector de Yahuarcocha.

6.4.2 Objetivos Específicos

- Proponer una revista turística “Yahuarcocha un rincón natural lleno de historia y leyenda” para mejorar el desarrollo social y económico del sector de Yahuarcocha.
- Dar un referente teórico relacionado con las costumbres tradiciones, paisajes, lugares de recreación y gastronomía a través de una revista

turística “Yahuarcocha un rincón natural lleno de historia y leyenda” para mejorar el desarrollo social y económico del sector de Yahuarcocha.

- Ofrecer a las Autoridades, Asociaciones y Pobladores una charla técnica acerca de los atractivos turísticos de Yahuarcocha con sus bondades.

6.5. UBICACIÓN SECTORIAL Y FÍSICA



PANAMERICANA NORTE

País: Ecuador

Provincia: Imbabura

Ciudad: Ibarra

Cantón: Ibarra

Beneficiarios: Autoridades, Asociaciones y Pobladores del sector de Yahuarcocha

6.6 DESARROLLO DE LA PROPUESTA

El diseño de la Revista Turística del sector de Yahuarcocha, nace de la necesidad de dar a conocer todas las bondades intrínsecas que posee este sector mediante una revista impresa de los lugares turísticos, para brindar a los turistas nacionales y extranjeros una alternativa de turismo en la provincia.

La revista turística consta de: Atractivos históricos y culturales, actividades turísticas y servicios turísticos.

6.6.1 SOPORTE / FORMATO

6.6.1.2 Soporte: Impreso, (revista turística)

La revista turística es un recurso editorial impreso donde se observa los sitios turísticos del sector de Yahuarcocha; además de toda la riqueza cultural que posee este sector; a través de fotografías, anécdotas de personas de antaño, ilustraciones, redacción, color, vectores, logotipo, indicadores, papel, impresión, tipografías, pie de foto, espacios en blanco.

La facilidad de distribución de este producto, hay que hacerlo en lugares estratégicos, como:

Agencias de turismo, viajes, entre otros, esto ayuda a que la información llegue a los que necesitan de esta información de una manera práctica.

6.6.1.3 Formato:

El tamaño del formato elegido es muy manual para la comodidad del usuario, fácil de transportar y nos ha permitido obtener una presentación muy original y atractiva; por lo cual se distingue de las demás al momento de su promoción. A4 (29,7cm x 21cm Abierto)

6.6.1.4 NOMBRE: “YAHUARCOCHA UN RINCÓN NATURAL LLENO DE HISTORIA Y LEYENDA”

Es una revista turística que propone conocer los sitios turísticos del sector de Yahuarcocha de una manera clara. Su nombre hace referencia a un lago de origen glaciar que guarda celosamente sus leyendas, que se deriva de las raíces quichuas Yahuar=sangre y Cocha= lago su nombre significa “lago de sangre” en lengua aborigen, ya que ahí se llevó a cabo la batalla que selló la campaña conquistadora de los Incas. Yahuarcocha motiva a recopilar letras de los viejos tiempos que relatan del gran imperio “El Tahuantinsuyo”; gran parte del territorio norte estaba ocupado por los Caranquis, actual Caranqui; entonces uno de estos lugares sagrados por las ceremonias que se realizaban, su lugar de sacrificios hoy testigo silenciosa de estos hechos.

6.6.1.5 GRUPO OBJETIVO (target): Turista extranjero, nacional.

La revista esta direccionada a todo el público, pero hace un énfasis en el turista extranjero, nacional, que lo hemos tomado como nuestro grupo objetivo es por eso que la elección de su nombre, haciendo que el turista extranjero y nacional se sientan atraídos por esta idea.

6.6.2 CONCEPTO EDITORIAL

- **TÍTULO:** “YAHUARCOCHA UN RINCÓN NATURAL LLENO DE HISTORIA Y LEYENDA”
- **ESTILO:** Turístico Informativo, semiformal.
- **CONCEPTO:** Promover el Turismo: Historia, sitios arqueológicos, y gastronomía del sector de Yahuarcocha.
- **RECURSOS VISUALES:** Fotografías, ilustraciones, redacción, color, vectores, logotipo, indicadores, papel, impresión, tipografías, pie de foto, espacios en blanco.
- **EQUIPO EDITORIAL:** Gerente: Departamento creativo , Director Creativo (arte); Diagramador, diseñador, fotografía, redactor publicitario (editorial), marketing, departamento y planificadores de medios; Departamento de Cuentas, Ejecutivo de cuentas

Las responsabilidades como equipo editorial se realizaron por las autoras Paola Criollo y Carmen Trujillo con la guía de nuestro tutor de tesis Lic. Oswaldo Portilla.

6.1.3 USO DEL ESPACIO

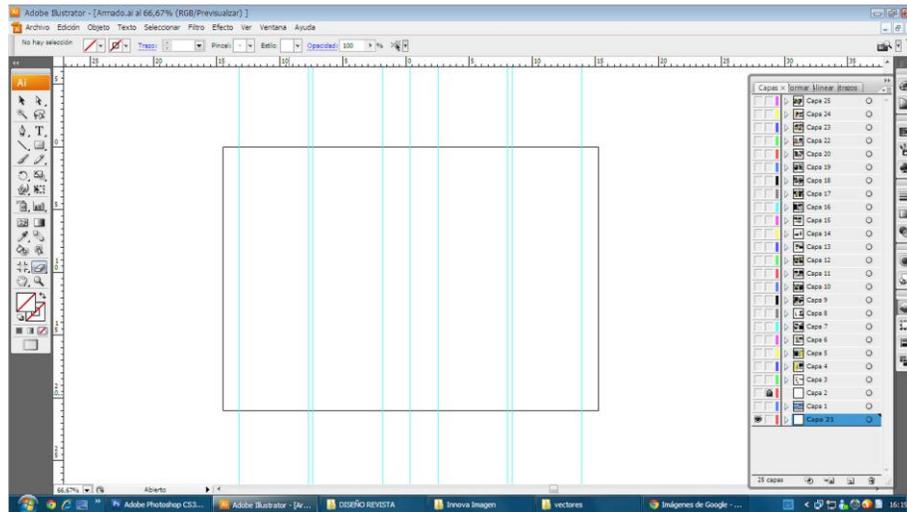
PÁG	ÁREA	TEXTO	IMAGEN	ILUSTRACIÓN	PUBLICIDAD	ESP/BLANCO
1	(14.5X21)cm=304,5cm ²	0	304,5	0	0	0
2	304,5	0	304,5	0	0	0
3	304,5	0	304,5	0	0	0
4	304,5	45,55	0	0	0	257,95
5	304,5	205,62	0	0	0	0
6	304,5	108,13	53,72	6,91	0	135,74
7	304,5	122,11	139,23	0	0	43,16
8	304,5	79,81	0	126,15	0	98,54
9	304,5	78,56	0	180,52	0	98,54
10	304,5	107,61	0	134,13	0	62,72
11	304,5	63,85	171,68	0	0	68,97
12	304,5	70,87	138,04	0	0	95,59
13	304,5	31,44	191,98	0	0	81,08
14	304,5	52,54	1914,4	0	0	60,56
15	304,5	158,27	56,15	0	0	214,42
16	304,5	96,14	115,38	0	0	92,98
17	304,5	35,55	208,94	0	0	60,01
18	304,5	131,64	117,36	0	0	55,5
19	304,5	103,95	110,68	0	0	89,87
20	304,5	109,84	171,15	0	0	23,51
21	304,5	59,97	179,45	0	0	65,08
22	304,5	36,61	193,44	0	0	74,45
23	304,5	39,43	187,05	0	0	78,02
24	304,5	49,63	195,86	0	0	59,01
25	304,5	57,28	140,77	0	0	106,45
26	304,5	107,09	191,36	0	0	6,05
27	304,5	63,88	151,98	0	0	88,64
28	304,5	42,11	174	0	0	88,39
29	304,5	61,58	94,3	0	0	148,62
30	304,5	52,99	180,46	0	1,53	69,52
31	304,5	79,56	202,25	0	0	22,69
32	304,5	48,43	171,83	0	11,63	72,61
33	304,5	47,78	173,92	0	7,17	75,63
34	304,5	53,7	122,61	0	0	128,19
35	304,5	40,54	212,01	0	12,57	39,38
36	304,5	63,36	157,04	0	0	84,1
37	304,5	88,22	132,39	0	0	83,89
38	304,5	95,82	122,38	0	0	86,3
39	304,5	101,01	145,91	0	11,54	57,58
40	304,5	82,25	157,72	0	14,1	64,53
41	304,5	72,03	116,71	0	10,34	115,76
42	304,5	69,89	160,98	0	0	73,63
43	304,5	113,73	11,88	0	0	178,89
44	304,5	97,35	70,82	0	0	136,33

Para realizar el cálculo de los porcentajes de contenido de la revista, hemos sacado el área de cada página para después por medio de mediciones determinar la cantidad de texto, imagen, ilustraciones, publicidad y espacios en blanco de las mismas.

6.6.3 RETÍCULA

El diseño de la revista, consta de cuatro divisiones cada una de estas para cada sección, por lo tanto reuníamos con 4 retículas para cada dimensión; todas están subdivididas en 4 columnas con espacios para no tener saturación de elementos y para que se conserve la legibilidad.

Sección: 14,5cm x 21cm



6.6.4 DIAGRAMACIÓN

6.6.4.1 Logotipo



	C	0		C	100		C	0
	M	0		M	100		M	80
	Y	100		Y	100		Y	95
	K	0		K	100		K	0
	C	0		C	0		C	75
	M	50		M	50		M	100
	Y	100		Y	100		Y	90
	K	0		K	0		K	10

Para la creación del logotipo nos basamos en todo el potencial turístico que posee Yahuarcocha haciendo que todos sus elementos estén en una sola imagen como son: flora y fauna, deportes de aventura, laguna, sitios arqueológicos.

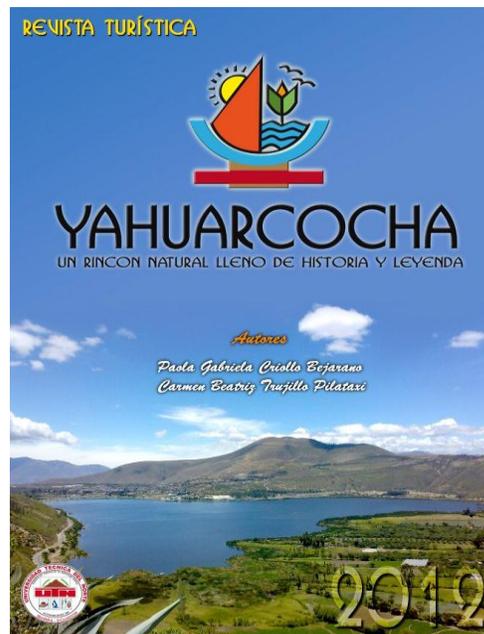
- Amarrillo (saturado algo claro): representa la espontaneidad y el excéntrico de Yahuarcocha
- Cyan (grisáceo): reflejo del claro cielo y de sus aguas que guardan celosamente una leyenda.
- Rojo: Identificador de la laguna “Yahuarcocha”, que significa “Lago de Sangre”
- Verde y Negro: representa la biodiversidad de flora y fauna que posee el sector.

6.6.4.2 Tipografía

■	C	100	AVANTGARDE MAYÚSCULAS	C	100
	M	100		M	100
	Y	100		Y	100
	K	100		K	100

YAHUARCOCHA
UN RINCON NATURAL LLENO DE HISTORIA Y LEYENDA

6.6.4.3 PORTADA



El diseño de la portada consta de una impresión en lámina plegable en el cual va la imagen de la laguna de Yahuarcocha de fondo, en la parte superior el logotipo, parte inferior: el año en que se realizó la revista y logo de la Universidad en el centro los nombres de las autoras todo eso forma parte de la portada.

6.6.4.4 CONTRAPORTADA



Con el fin de mantener el mismo estilo de la portada la contraportada con fondo color Cyan, en la parte inferior el logo de Yahuarcocha.

6.6.4.5 CONTRAPORTADAS INTERIORES (1 Y 2)

Como hemos dicho antes la publicidad juega un rol muy importante en esta publicación, en marketing se recomienda que estas páginas sean vendidas a un precio mucho mayor que las demás ya que son prácticamente el inicio y el final de la revista. Es por eso que nuestras contraportadas interiores 1 y 2, también son separadas para publicidad.

6.6.4.6 CRÉDITOS

Los créditos indican las personas que forman parte de la realización de la revista en nuestro caso consta de las autoras de la revista y de nuestro tutor, en las diferentes áreas en las que nos ocupamos.

6.6.4.7 ÍNDICE - CONTENIDO – SUMARIO

El índice contiene los temas principales de la guía como son:

- **Datos Generales** (introducción, historias de la laguna, mapa...)
- **Sitios Arqueológicos** (en esta sección encontramos lugares donde marcaron una historia en Yahuarcocha)
- **Costumbres y tradiciones** (lugares donde se llevan a cabo cada año los bailes tradicionales en honor a los santos.
- **Actividades Turísticas** (lugares incomparables donde se realizan actividades de aventura y deporte)
- **Gastronomía** (muestra los aperitivos que puede brindar el sector de Yahuarcocha)
- **Servicios Turísticos** (lugares donde los turistas pueden tomar el mejor descanso)

6.6.4.8 NÚMERO DE HOJAS Y PÁGINAS

- Hojas: 44
- Páginas: 22

6.6.4.9 SECCIONES



6.6.4.10 TEMAS Y SUBTEMAS

La elección de los temas y subtemas se realizó por su potencial turístico, que tiene:

ATRATIVOS HISTÓRICOS CULTURALES

- Historia de Yahuarcocha
- Leyendas de Yahuarcocha
- Tolas del Tablón
- Piedra del sacrificio o Pilón
- Qhapaqñan o camino principal andino
- Loma del Churo o Pucará de Aloburo
- San Miguel Arcángel
- La vuelta de la paloma

COSTUMBRES Y TRADICIONES

- Iglesia San Miguel de Yahuarcocha
- Fiestas religiosas
- Bailes tradicionales

ACTIVIDADES TURÍSTICAS

- Competencia de Motocross “Las Garzas”
- Competencias de Cabezales
- Vuelo de parapentes
- Paseos en lanchas y botes
- Extreme Zone
- Casería del zorro
- Ciclismo

- Travesía Laguna de Yahuarcocha
- Carreras del 4x4
- Pesca Deportiva

GASTRONOMÍA

- Pescado frito (tilapia)
- Chochos con tostado
- Caldo de gallina de campo
- Frutas de temporada

SERVICIOS TURÍSTICOS

- Quinta San Miguel
- Hospedaje Yahuarcocha
- Hotel Conquistador
- Hotel Imperio del Sol

6.6.4.11 NAVEGACIÓN

La navegación es la forma como el lector inicia su lectura, en este caso la navegación de “Yahuarcocha un rincón natural lleno de historia y leyenda” es de adelante hacia atrás, puesto que el énfasis se encuentra en la portada y se continúa hasta la contraportada.

6.6.4.12 ESPACIOS PUBLICITARIOS

Los espacios publicitarios en nuestro caso hay la posibilidad de que la revista se costee en parte por medio de la publicidad. El costo se define de acuerdo al tamaño de la publicidad y a la ubicación. Los tamaños para los

espacios publicitarios son de página completa, de media página y tamaño especial.

6.7 IMPACTOS

6.7.1 Impacto Social

La revista turística del sector de Yahuarcocha tuvo un impacto social muy importante por cuanto esto permitió difundir toda la riqueza turística de este sector así como de sus tradiciones y gastronomía.

6.7.2 Impacto Educativo

Con la creación de esta revista impresa todos los estudiantes de los diferentes centros educativos tendrán una gran fuente de conocimientos históricos del sector de Yahuarcocha en la que viven o visitan.

6.7.3 Impacto Económico

Con la creación de la revista turística y sobre todo con la difusión de la misma a toda la localidad permitirá un crecimiento económico del sector ya que esto atraerá a más turistas locales, nacionales y extranjeros.

6.8 DIFUSIÓN

Con el apoyo de las Autoridades, Turistas, Pobladores y dueños de los locales de la Asociación Yahuarcocha se socializó la presente revista turística “Yahuarcocha un rincón natural lleno de historia y leyenda” para el desarrollo social y económico del sector, la misma que se dio a conocer a

través de charlas acerca de la importancia, de sus paisajes naturales, leyendas, tradiciones, lugares de diversión y variedad de gastronomía.

6.8.1 Financiamiento

Sector Público: Mediante el Gobierno Provincial de Imbabura, que formuló parcialmente el financiamiento para la creación y difusión de la Revista Turística.

6.8.2 Canales de Comercialización

La revista se distribuirá a distintos puntos estratégicos como son: Gobierno Provincial de Imbabura, Agencias de turismo y viajes, sitios de alta fluctuación turística.

6.8.3 Precio del Producto

El costo tentativo de la revista es de \$2.50USD.

6.9 BIBLIOGRAFÍA

- ❖ ACHA, Juan. (2002) Introducción a la Teoría de los diseños. Trillas.
- ❖ AMBROSE, Gavin. (2005) Libro de imagen.
- ❖ CÁRDENAS, Fabio. (2000) Proyectos Turísticos, localización e inversión. Editorial Trillas, México”.
- ❖ CHECA, Carlos. (2002). El turismo en Imbabura
- ❖ HOLM, Olaf. (s/f) El período de Integración-Historia del Ecuador. Volumen 2
- ❖ DALLEY, Terence. (s/f) Guía completa de ilustración y diseño.
- ❖ DABNER, David. (2005) Diseño Gráfico fundamentos y practicas
- ❖ DIBELLA, Manuel. (2007). Introducción al turismo.
- ❖ GILLAM, Robert. (s/f) Fundamentos del diseño
- ❖ GONZÁLEZ, María Ángeles. (2001). Fundamentos teóricos y gestión práctica de las agencias de viajes.
- ❖ HERNÁNDEZ, Edgar Alfonso. Reimpresión (2008). Proyectos turísticos.
- ❖ PEÑA, Pedro. (2007). Diseño publicitario “El arte de convencer”
- ❖ Plan integral sostenible “Laguna de Yahuarcocha” (2004).
- ❖ RIPOLL, Graciela. (2008) Turismo Popular
- ❖ SEDDON, Tony. (2007) Soluciones Creativas para el diseño gráfico. Retículas
- ❖ Servicio Nacional de turismo-departamento de promoción Chile (2008).
- ❖ SWANN, Alan. (2002) Bases del Diseño Gráfico como diseñar retículas.
- ❖ Lineamientos generales para el desarrollo de productos turísticos. Archivo Pdf.

6.10 LINGÜÍSTICA

www.acuario27.com/lagunadeyahuarcocha

www.ciespal.net

www.ecolamacha.com/turismoecológico

www.ecoturismo.com

www.eco-turismo.net/agroturismo.com

www.edufuturo.com/educación

www.explored.com.ec

www.fundamentaciónsociológica/psicológica.mht

www.imagenilustracion.com

www.monografias.com

www.personal.telefoniaterra.es

www.prosograf.com

www.touribarra.gob.ec

www.trafficnews.ec

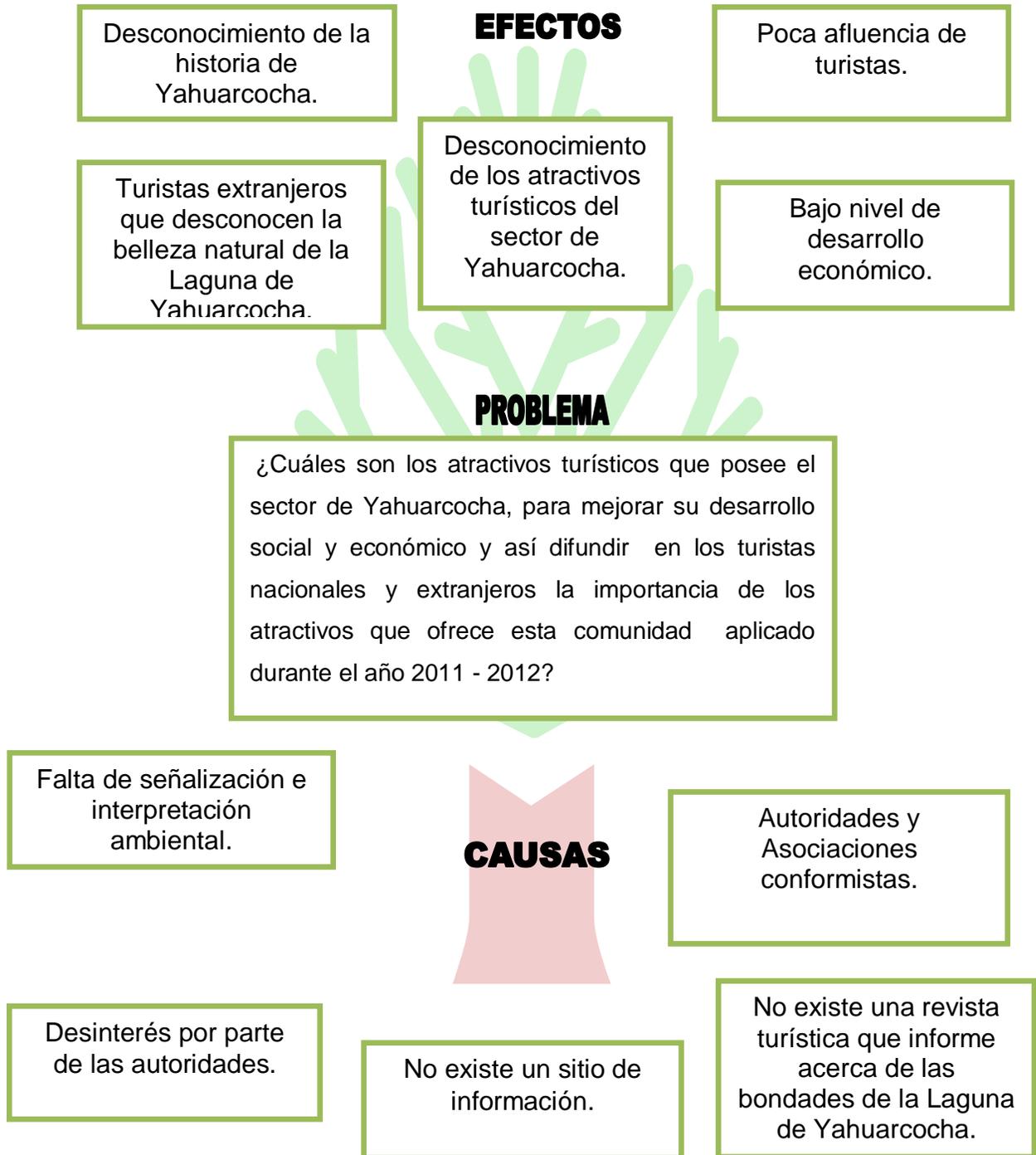
www.turismoaustro.com

www.turismo.gob.ec

ANEXOS

ANEXO Nº 1

ÁRBOL DE PROBLEMAS



ANEXO: 2 MATRIZ DE COHERENCIA

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL
<p>¿Cuáles son los atractivos turísticos que posee el sector de Yahuarcocha, para mejorar su desarrollo social y económico y así difundir en los turistas nacionales y extranjeros la importancia de los atractivos que ofrece esta comunidad aplicado durante el año 2011 - 2012?</p>	<p>Determinar los atractivos turísticos que posee el sector de Yahuarcocha para mejorar el desarrollo social y económico y así fortalecer el turismo con la implementación de una revista turística, que contribuya al progreso más eficiente.</p>
INTERROGANTES DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
<p>¿Cuál es la realidad turística del sector de Yahuarcocha en el año 2011-2012?</p> <p>¿Cuáles son los medios de promoción publicitaria de los atractivos turísticos del sector de Yahuarcocha en el año 2011-2012.</p> <p>¿Cómo recopilar la información para la creación de la revista turística y mejorar el desarrollo social y económico del sector de Yahuarcocha?</p> <p>La elaboración de la revista turística permitió conocer la aceptación de las Autoridades, Asociaciones y Pobladores del sector de Yahuarcocha.</p>	<p>Diagnosticar la realidad turística del sector de Yahuarcocha en el año 2011-2012.</p> <p>Identificar los medios de promoción publicitaria de los atractivos turísticos del Sector de Yahuarcocha en el año 2011-2012.</p> <p>Recopilar información acerca de los atractivos turísticos y proceder a la creación de la revista turística para mejorar el desarrollo social y económico del sector de Yahuarcocha en el año 2011-2012.</p> <p>Elaborar la revista turística para el desarrollo social y económico del sector de Yahuarcocha para Autoridades, Asociaciones y Pobladores 2011 – 2012.</p>

ANEXO 3: MATRIZ CATEGORIAL

CONCEPTO	CATEGORÍAS	DIMENSIÓN	INDICADOR
<p>Busca maximizar el impacto de una comunicación entre un emisor y un receptor por las vías conjugadas del texto escrito, de la imagen o signo.</p>	DISEÑO	Publicidad	<ul style="list-style-type: none"> • Díptico • Tríptico • Afiche • Revista • Hojas volantes
<p>Es el estilo que tiene la mente para procesar la información manifestándose mediante la producción y generación de situaciones, ideas u objeto con ciertos grados de originalidad.</p>	CREACIÓN	Imaginación	<ul style="list-style-type: none"> • Deducir • Visualización
<p>Los atractivos turísticos son un fenómeno social que tiene un impacto económico, favorable para las comunidades receptoras.</p>	<p>ATRACTIVOS TURISTICOS</p>	Pensamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Procesos cognitivos • Capacidad • Información recibida
		Naturales	<ul style="list-style-type: none"> • Laguna de Yahuarcocha • El tablón • Mirador San Miguel Arcángel
		Culturales	<ul style="list-style-type: none"> • Baile tradicional de San Juan
		Económicos	<ul style="list-style-type: none"> • Gastronomía • Pesca • Totorá

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

Encuesta dirigida a los turistas que visitan a Yahuarcocha.

Instructivo: La información proporcionada en esta encuesta será utilizada exclusivamente para realizar el trabajo de grado solicitado por la Universidad Técnica del Norte. A continuación sírvase contestar con la mayor sinceridad el siguiente cuestionario.

1.- ¿Lugar de Origen del turista?

Local () Nacional () Extranjero ()

2.- ¿Por qué medio publicitario logró obtener información de la Laguna San Miguel de Yahuarcocha?

Televisivo () Radial () Personal () Revista ()

3.- ¿Cree que existe suficiente información sobre sus costumbres, tradiciones, lugares para distraerse y gastronomía (realidad turística) del Sector de Yahuarcocha?

Mucha información () Poca información () No existe información ()

4.- ¿Qué actividad principal está realizando en su visita?

Turismo () Gastronomía () Recreación () Diversión ()

5.- ¿Cree que existen documentos, revistas, guías de promoción turística para conocer la realidad del Sector de Yahuarcocha?

Mucha información () Poca información () Insuficiente información ()

6.- ¿Con qué frecuencia viene a este lugar turístico?

Cada fin de semana () Cada quincena () De vez en cuando ()

7.- ¿Los productos y servicios que generalmente consume en este lugar turístico, los considera Usted?

Muy aceptable () Aceptable () Poco aceptable () Nada aceptable ()

8.- ¿Cree que el entorno de la Laguna de Yahuarcocha es un atractivo turístico?

Si () No ()

9.- ¿Cómo le pareció la información turística proporcionada por los pobladores acerca del entorno natural de Yahuarcocha?

Excelente () Muy bueno () Bueno () Regular ()

10.- ¿Qué cree que le hace falta a la Laguna de Yahuarcocha para fortalecer su imagen turística a nivel local, nacional e internacional?

Revista turística () Documental () Cuñas publicitarias () Afiches ()

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

Encuesta dirigida a los Propietarios de puestos de Comida, Frutas y Totora
de San Miguel de Yahuarcocha.

Instructivo: La información proporcionada en esta encuesta será utilizada exclusivamente para realizar el trabajo de grado solicitado por la Universidad Técnica del Norte. A continuación sírvase contestar con la mayor sinceridad el siguiente cuestionario.

1.- ¿Hace que tiempo inició la actividad económica?

Menos de un año () De dos a cinco años ()

De seis a diez años () De once a más años ()

2.- ¿Cómo marca Ud. la diferencia con sus competidores?

Presentación () Variedad de producto () Atención () Otros ()

3.- ¿Qué medio publicitario utiliza para atraer la atención de los turistas a su local?

Radiales () Televisivo () Vallas publicitarias () Revista turística ()

4.- ¿Cree que la promoción y publicidad son importantes para atraer clientes a su local?

Importante () Poco importante () Nada importante ()

5.- ¿Según su criterio cree que existe suficiente información sobre sus costumbres, tradiciones, lugares para distraerse y gastronomía (realidad turística) del Sector de Yahuarcocha?

Mucha información () Poca información () No existe información ()

6.- ¿Según su opinión qué actividad principal el turista está realizando en su visita?

Turismo () Gastronomía () Recreación () Diversión ()

7.- ¿Según su criterio cree que existen documentos, revistas, guías de promoción turística para conocer la realidad del Sector de Yahuarcocha?

Mucha información () Poca información () Insuficiente información ()

8.- ¿Con qué frecuencia vienen los turistas a este lugar turístico?

Cada semana () Cada quincena () De vez en cuando ()

9.- ¿Existe alguna revista o documento para conocer la laguna de Yahuarcocha y sus atractivos turísticos?

Sí () No ()

10.- ¿Según su opinión que le hace falta a Yahuarcocha para fortalecer su imagen turística a nivel local, nacional e internacional?

Revista () Documental () Cuñas Publicitarias () Afiches ()

CERTIFICACIONES



BARRIO SAN MIGUEL DE YAHUARCOCHA

Ibarra, 3 de Abril del 2012.

CERTIFICADO

Certifico a quien corresponda:

Que las señoritas Criollo Bejarano Paola Gabriela y Trujillo Pilataxi Carmen Beatriz estudiantes de la Universidad Técnica del Norte de la carrera de Diseño Gráfico colaboraron con el desarrollo turístico de Yahuarcocha, realizando el siguiente trabajo de tesis con el tema:

“DISEÑO Y CREACION DE UNA REVISTA TURISTICA PARA MEJORAR EL DESARROLLO SOCIAL Y ECONOMICO DEL SECTOR DE YAHUARCOCHA DURANTE EL PERIODO 2010- 2012”.

El mismo que servirá para mejorar la imagen de Yahuarcocha ante el turista nacional y extranjero.

Este proyecto tiene el apoyo de la Directiva del Barrio San Miguel de Yahuarcocha, la Asociación de comidas y pescado San Miguel de Yahuarcocha, la Asociación de frutas 19 de Marzo y Autónomos de la Totora. Los mismos que aportaron con la información y el desarrollo de encuestas.

Es todo lo que puedo certificar en honor a la verdad y los interesado puede hacer uso de este documento cuando se requiera.

Atentamente

Dr. Juan Pablo Juma

PRESIDENTE DEL BARRIO SAN MIGUEL DE YAHUARCOCHA

Ibarra, 28 de Marzo del 2012

CERTIFICADO

Yo Lic. Flor María Vaca Coordinadora del Proyecto de Manejo Integral de la Cuenca de Yahuarcocha dejo constancia de la visita de las señoritas Criollo Bejarano Paola Gabriela portadora de la C.I 100268127-6 y Trujillo Pilataxi Carmen Beatriz con C.I 100286113-4 en las instalaciones de la Dirección de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado de San Miguel de Ibarra para realizar una entrevista referente a Yahuarcocha.

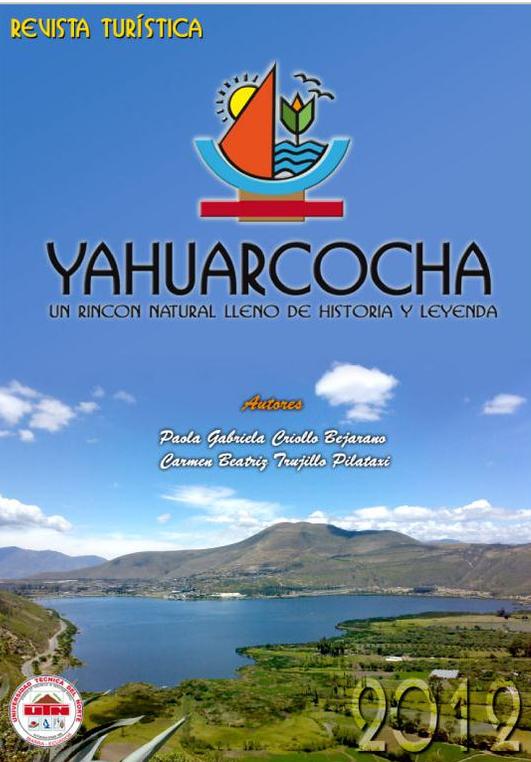
Atentamente,



Flor María Vaca

Lic. Flor María Vaca

**COORDINADORA DEL PROYECTO DE MANEJO INTEGRAL DE LA
CUENCA DE YAHUARCOCHA**



CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	6
ATRATIVOS HISTÓRICOS Y CULTURALES	7
Historia de Yahuarcocha	7
Tolas del Tablón	8
Piedra del Sacrificio o Pilón	9
Qhapaqñan o Camino Principal Andino	10
Loma del Churo o Pucará de Aloburo	11
San Miguel Arcángel	12
La Vuelta de la Paloma	13
COSTUMBRES Y TRADICIONES	14
Historia de la Iglesia San Miguel de Yahuarcocha	14
Fiestas Religiosas	15
San Miguel Arcángel	15
Virgen de Consolación	15
San Vicente Ferrer	15
San Juan	15
Bailes Tradicionales	16
San Juanes	16
Inil Raymi	16
FLORA Y FAUNA	17
ARTESANÍAS	25
GASTRONOMÍA	26
ACTIVIDADES TURÍSTICAS	29
Competencias Automovilísticas	29
Competencias de Cabezas	30
Competencias de motocross "Las Garzas"	31
Vuelos de parapentes	32
Paseos en Lancha y Botes	33
Casería del Zorro	34
Extreme Zone	35
Ciclismo	36
Travesía Laguna	37
Carreras del 4x4	38
Pesca Deportiva	38
SERVICIOS TURÍSTICOS	39
Quinta San Miguel	39
Hospedaje Yahuarcocha	40
Hotel el Conquistador	41
Hotel Imperio del Sol	42
LEYENDA DE YAHUARCOCHA	43





INTRODUCCIÓN

Yahuarcocha ubicado a 5 kilómetros de Ibarra un lago de origen glaciar que guarda celosamente sus leyendas, que se deriva de los raíces quichuas Yaguar-sangre y Cocha-lago su nombre significa "Lago de Sangre" en lengua aborígen, aquí se llevó a cabo la batalla que selló la campaña conquistadora de los Incas, su entorno se presta para los paseos familiares y surcar sus mansas aguas en bote, la pesca deportiva es otra alternativa, la carpa la tilapia negra y roja son degustadas como parte de la gastronomía local, aquí se juntan la historia, el paisaje, los deportes cuando en el Autódromo Internacional "José Tobo Tobo" se desarrollan las competencias validas nacionales o internacionales o en los vuelos de parapente desde una de las montañas; además cuenta con hoteles que presentan excelentes servicios.

Yahuarcocha motiva a recopilar letras de los viejos tiempos que relatan del gran imperio "El Tahuantinsuyo"; gran parte del territorio norte, estaba ocupado por los Caranquis, actual Caranqui; entonces uno de estos lugares sagrados por las ceremonias que se realizaban, su lugar de sacrificios era en Yahuarcocha hoy festiva silenciosa de estos hechos. En el lugar denominado "El Tablón" se conserva hasta hoy la piedra de los sacrificios y algunas tumbas en las que reposan restos de sus emperadores legendarios. Como parte de su oferta de servicios turísticos, resalta la gastronomía que hará de su estadía un momento inolvidable. Si no tiene transporte propio puede hacer uso del bus que pasa por la terminal terrestre cada 15 minutos.

6

ATRATIVOS HISTÓRICOS Y CULTURALES



Yahuarcocha es un vestigio de los tiempos postglaciares, con una antigüedad mínima de 12.000 años. Esta laguna soportó varios periodos de sequía de más de 50 años, siendo el más prolongado el ocurrido entre 1840, 1189 y 1490, 1500 D.C. Actualmente, tiene un espejo de agua de 257 hectáreas con un perímetro navegable de 7.970m, una profundidad máxima de 8m. Y una acumulación anual de sedimentos de aproximadamente 1,5mm, cada año en los últimos 4.000 años.

Hay 2,5 millones de m³ de lodo húmedo. Yahuarcocha está considerada como laguna eutrófica. La investigación subacuática realizada en quince puntos, equivale a 300 m², esto es el 0,01% de la totalidad del fondo lacustre. Se identificaron varios sectores de interés histórico por la presencia de vestigios culturales, tanto de cerámica como de restos óseos.

En efecto, se han extraído algunos fragmentos de cerámica de filiación cultural Caranqui Tardío (1250 a 1500 D.C.). Por otro lado, los restos óseos hallados, de personas adolescentes y adultos, muestran impactos contundentes que sugieren luchas cuerpo a cuerpo. Conocido el estado de beligerancia entre incas y el ejército de la Confederación Caranqui, Cayambe y Pasto, y el lugar específico de Yahuarcocha donde la historia habla de una gran batalla, los hallazgos bien podrían estar relacionados con estos eventos, si bien el número de muertos no han sido aún cuantificados.

Según el cronista Juan de Betanzos, durante la incursión inca (1475-1532), uno de los encuentros bélicos decisivos para el afianzamiento del poderío inca fue la hecatombe de Yahuarcocha. Destruídas las fortalezas de Albuja y Yuracruz, el ejército multirracio de la Sierra Norte seleccionó como lugar estratégico de batalla las orillas de la laguna, por la ventaja de poder camuflarse entre los totorales y enormes sauces de lugar.

De acuerdo al cronista Murúa (1616), Huayna Cápac ordenó que 40.000 guerreros del ejército imperial rodearan la laguna y que 30.000 soldados arremetieran contra los soldados nativos parapetados en las lomas. Entre ruidos de tambores, flautas, y chirucos (pututos) se enfrentaron los dos ejércitos causando una mortandad exorbitante en los dos bandos, tanto que las aguas se hicieron de sangre. De ahí viene pues el nombre de Yahuarcocha, para esta laguna, conocida anteriormente como Cocha Caranqui, según señala Espinosa Soizano (1983).



TOLAS DEL TABLÓN

Ubicación
Se encuentran al Este de la laguna de Yahuarcocha en una planicie alta de la cordillera de Angochagua.

Época de construcción y conservación
De acuerdo a las muestras, del sitio colectado y analizado mediante el método del carbono 14 data de 1470 D.C., y la construcción de estas tolitas oscila entre los años 700-1525. Es uno de los pocos lugares que no ha ido saqueado por los huacueros.

Funcionalidad y distribución espacial
La poca consistencia del depósito cultural probablemente indique que el área del mirador fue utilizada para labores agrícolas y la presencia de segmentos de cerámica y lítica, piedras pequeñas se debe a procesos de erosión y acarreamientos por factores naturales y humanos.

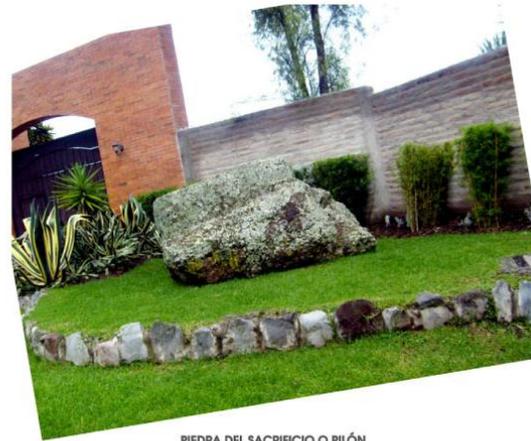
Distribución espacial
En una extensión aproximada de tres hectáreas se registró un total de 11 montículos uno de ellos corresponde a una estructura cuadrilateral con

rampa; todos los montículos se construyeron sobre la superficie inclinada original lo cual las hace lucir aún más altos en el declive de la ladera.

Este lugar es considerado sagrado para las culturas de nuestra época, por ello anualmente se está llevando a cabo la tradicional Fiesta del Inti Raymi o Fiesta del Sol, llegan aquí comunidades de Zuleta, la Esperanza para realizar ceremonias y rituales en agradecimiento por los cosechas.

Fuente:
Dirección de Turismo del Ilustre Municipio de Ibarra.

8



PIEDRA DEL SACRIFICIO O PILÓN

Según Manuel Narváez, nativo de Yahuarcocha en el sector denominado "Imburo" por la presencia de una roca grande (conglomerado) tallado en forma de pilón había tolitas o montículos artificiales, lo mismo que en los actuales terrenos de Don Renato Portilla donde la carta topográfica de los años 30 señala como topónimo Tola y que al construir la autopista encontraron vestigios arqueológicos consistente principalmente en cerámica.

El posible asentamiento humano prehispánico en el sector "Vuelta de la Paloma" fue confirmado en parte, con el hallazgo de material cultural proveniente de un "basurero" actualmente sumergido, detectado en los trabajos de dragado realizados bajo la responsabilidad del Ing. Eduardo Benalcázar y en la investigación de sedimentos que efectuara DARWINVEST (2006).

Fuente:
Archivo Histórico del Ilustre Municipio de Ibarra

9

QHAPAÑAN O CAMINO PRINCIPAL ANDINO

Ubicación

Se localiza por la parte oriental de la laguna, desde Aloburo como punto de partida hasta el pueblo de San Miguel de Yahuarcocha.

Características

En lo que fue el Tahuantinsuyo él desde Qhapaq Ñan o Camino Principal Andino, tiene una longitud aproximada de 6000km desde Chile hasta Colombia (Pasto) servía de enlace en una red de comunicación donde se desprendían una serie de caminos laterales que vinculaban el eje longitudinal, ésta infraestructura fue construida a lo largo de 2.000 años por las culturas andinas; este conjunto de caminos de más de 23.000 km vinculaba varios centros productivos, administrativos y ceremoniales, se caracterizaba por ser un elemento fundamental para comunicarse entre pueblos, hacer trueques e intercambios culturales.

Historia

El camino expresa la relación armónica y la adaptación de los pueblos

rodeados de naturaleza andina. Hoy los paisajes culturales que componen este Qhapaq Ñan conforman un contexto excepcional en el que las culturas vivas andinas continúan siendo portadoras de un mensaje universal, la capacidad humana para reconvertir en un ambiente de vida una de las geografías del continente americano.

Este camino por su importancia a través de la historia se lo ha considerado como Patrimonio Cultural, por sus paisajes culturales que abarca las distintas manifestaciones interactivas entre el ser humano y su entorno natural.



LOMA DEL CHURO O PUCARA DE ALOBURO

Ubicación

Sector norte de la cuenca de la laguna de Yahuarcocha en la cima de una considerable elevación (2.490m s.n.m)

Características

Los pucaros son construcciones militares, defensivas, que nacieron desde la estirpe conquistadora e imperial de los incas. Los vestigios de estos prodigios de arquitectura militar se propagan por toda la extensión montañosa y antigua del imperio inca.

En quichua Pucara tenía para los incas el significado de "fortaleza" o "castillo". Esta denominación se ha aplicado de manera tradicional a ruinas de construcciones antiguas, que adaptan la forma de círculos concéntricos de muros y fosos. Están situadas en la parte superior de lomas y cerros, y constituyen un rasgo muy repetido en el paisaje andino, desde el norte del Ecuador hasta el centro de Chile y del occidente de argentino.

11

SAN MIGUEL ARCÁNGEL



Ubicación

San Miguel Arcángel es considerado por los moradores el Patrono y Guardián de la Ciudad de San Miguel de Ibarra, se encuentra ubicada en la Loma Alto de Reyes, la imagen es de 13 metros, su base de 9 metros con un total de 22 metros y su área está rodeada por un mirador que forman un complejo que alcanza los 3392 m.

Descripción

La construcción de la base del arcángel está hecha en hormigón armado, paredes de ladrillo, enlucidos, la estructura interior de las gradas son metálicas. El monumento está construido en hormigón con una interior metálica y mallas electrolas soldadas, la pintura utilizada es blanca.

Se puede observar toda la ciudad de Ibarra con su crecimiento poblacional, vista directa del cerro Imbabura, bosque protector Guayabillas, vista de lado izquierdo hacia la laguna de Yahuarcocha; laderas deforestadas. San Miguel Arcángel es considerado por los moradores el patrono y guardián de la ciudad de San Miguel de Ibarra.

12

LA VUELTA DE LA PALOMA

La Vuelta de la Paloma lugar ubicada aproximadamente en el Km. 6 del Autódromo de Yahuarcocha. Es una pronunciada curva de asfalto, que en su extremo tiene construido un muro y en su leyenda dice: "AUTÓDROMO YAHUARCOCHA CONSTRUYÓ BATAILLÓN DE INGENIEROS No. 5 CHIMBORAZO-1969". Asimismo se puede ingresar por la parte de atrás del muro y apreciar un mirador de la laguna



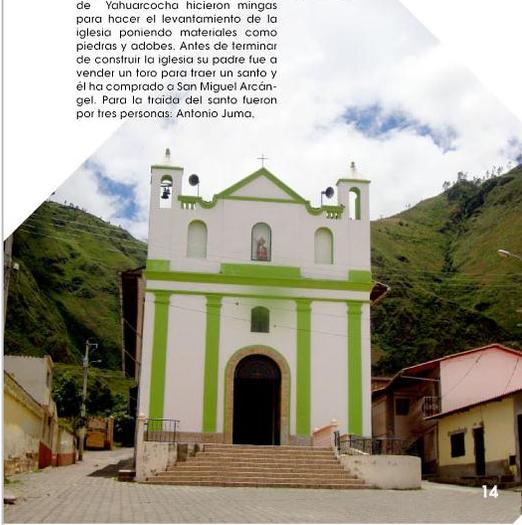
13

COSTUMBRES Y TRADICIONES

Historia de la Iglesia San Miguel de Yahuarcocha

Francisco Juma de 84 años de edad, nos cuenta que en aquel tiempo sus padres Antonio Juma y Carmen Carlosama donaron un terreno para que construyeran la iglesia en el pueblo de San Miguel de Yahuarcocha. En aquel tiempo su padre y el pueblo de Yahuarcocha hicieron mingas para hacer el levantamiento de la iglesia poniendo materiales como piedras y adobes. Antes de terminar de construir la iglesia su padre fue a vender un toro para traer un santo y él ha comprado a San Miguel Arcángel. Para la hincia del santo fueron por tres personas: Antonio Juma,

Antonio Camuez y Manuel Vilatuña y lo trasladaron hasta el pueblo de Yahuarcocha cargando en su espalda. La iglesia fue terminada en el año de 1930 y tiene unos 83 años de construcción. En la actualidad es visitada por turistas.



Infi Raymi



BAILES TRADICIONALES

Se celebra en el mes de junio la característica es dar gracias al dios sol y a la madre tierra, acuden muchas comunidades que tienen diferentes características de acuerdo al lugar en el que residen, se realizan con música y danza. Los hombres con zamarras y caretas y las mujeres con coloridos trajes recorren, cantando sanjuanitos, recitando coplas y silbando, por un polvorientado camino de 7km desde el barrio San Miguel de Yahuarcocha hasta el centro ceremonial. Por el mismo trayecto les siguen delegaciones de comunidades del este de Ibarra como: Yuracruz,

Ventanas, Manzano Guarangui, Carmelo, San Francisco de Manzano, Chilcapamba; y las del sur del cantón como: Bellavista, Naranjito, San Cristóbal Bajo y Alto, Cashaloma, San Miguel Arcángel. Luego, todos se concentran en una amplia explanada, situada a 200metros de la superficie de la laguna para continuar el ritual. Para Juan Andarango, Presidente de la Unión de Organizaciones de Cochapamba, el silbo con forma de marfillo era un templo de adoración al Sol.

Los San Juanes

Sea cual sea el origen la gente se divierte por estas épocas con los bailes de San Juan, como se puede ver en las imágenes, consiste en que un grupo de personas con vestimenta especial, son los animadores de la fiesta, invitan a bailar a la gente al ritmo de la música tradicional de San Juan a cargo de una Orquesta conocida como "Banda de Pueblo". Su tradición es de distraerse de San Juanes y chivos e ir de casa en casa cobrando los diezmos, con serenatas de guitarra y bandolines, cantando coplas como: "cuando vengo, no más vengo, ya sabrás a lo que vengo", en el patio de tu casa te dé he pegar un silbido, si te pregunta tu mamá, dirás que es un pajarrito"; durante toda la noche amanececión y anochección durante ocho días recorren desde el pueblo de Yahuarco-



16

FIESTAS RELIGIOSAS

Fiesta de San Miguel Arcángel

"Patrón del barrio", así se considera a San Miguel Arcángel. Se recuerda a este santo a finales del mes de Septiembre o inicios de Octubre. La festividad es su honor empieza con la novena realizada en nueve sectores del barrio. Donde se lleva la imagen en procesión hasta cada uno de ellos, allí se celebra una misa y los encargados de recibir la imagen se traen de noche venerando al santo. El día domingo en la madrugada se arman adornos en base a cobertores, sábanas, globos, cintas por los que posteriormente pasará en procesión religiosa la imagen de San Miguel Arcángel con todos sus devotos arrojando gran cantidad de flores y colocando dinero en el manto del Santo como símbolo de agradecimiento por los favores recibidos.

Fiesta de la Virgen de Consolación

Fue donada por el señor Selidonio Palacios oriundo de Yahuarcocha por los favores recibidos y entregó a la iglesia. La Virgen de Consolación venerada por la iglesia católica, es también motivo para que los habitantes del barrio San Miguel de Yahuarcocha demuestren su fe rindiendo homenaje. A inicios de este mes los sacerdotes llevan a cabo la fiesta, organizando la novena, la misa, la procesión religiosa además de juegos pirotécnicos y un baile popular.

Fiesta de San Vicente Ferrer

Donado por el Sr. Segundo Armas por todos los favores recibidos del devoto. Se recuerda el deceso de San Vicente Ferrer, en la iglesia del pueblo de San Miguel de Yahuarcocha encontramos a este santo. La costumbre es que los jóvenes sean nombrados sacerdotes y ellos los encargados de que la fiesta sea realice. La misa y la procesión religiosa son las principales evidencias de la fe católica de los habitantes.

Fiesta de San Juan

En el mes de Junio se lleva a cabo las fiestas en honor a San Juan, donde varias familias realizan este festejo saliendo a las calles llevando ofrendas tradicionales. Además se realizan comparsas alrededor de todos estos ofrendas mujeres y hombres con trajes típicos son los encargados de la danza y la alegría de la celebración.



MIGUEL ARCANGEL

15

FLORA Y FAUNA



En la laguna de Yahuarcocha se han registrado un total de 26 especies de aves acuáticas pertenecientes a nueve familias.

FAUNA

Durante el Censo Neotropical de Aves Acuáticas llevado a cabo por Aves & Conservación desde el 2004, bajo la coordinación de Wetlands International, se ha registrado en esta laguna toda esta biodiversidad constituye un gran atractivo para el aviturismo, lo que no solamente generará ingresos económicos para el área sino que constituirá un ejemplo para proyectos en otras lagunas de Imbabura como del país.



17



AVES ACUÁTICAS DE HUMEDALES ALTOANDINOS

Focha Andina (Fulica ardesiaca)

Vive en las lagunas altoandinas entre 2200 y 3900m. Además están en la península de Santa Elena. Tiene plumaje negro y cuerpo regordete. El pico se extiende formando grandes escudos frontales de color blanco.

Gallareta Común (Gallinula chloropus)

Algunos individuos se encuentran en lagos altoandinos al norte del Ecuador. Son más pequeños que las fochas. Su plumaje es en general color gris pizarra, con la cabeza y cuello más oscuros. Presenta una línea fina de color blanco a los lados del cuerpo y una franja ancha a los lados de la cola. La punta del pico es amarilla, el resto del pico y el escudo facial son rojos.

Zambullidor Piquipinto (Podilymbus podiceps)

Tiene amplia distribución en las Américas. En Ecuador se encuentra en humedales de la costa y en pocas lagunas altoandinas. Pico grueso de color blanquesino muestra una banda subterminal negra durante la reproducción.



Zambullidor Piquipinto



CHUPIL



Cormorán Neotropical

Chupil (Podiceps occipitalis)

Localizado en pocos lagos en la Sierra y páramo, principalmente la Mica, Colta, Cuicocha, ha desaparecido de algunas lagunas como: Yahuarcocha y a nivel nacional tiene categoría vulnerable. Pico delgado negruzco, ojo rojo. Cabeza y cuerpo gris, cuello blanco. Las crías exhiben penachos auriculares grises.

Cormorán Neotropical (Phalacrocorax brasilianus)

Ave principalmente distribuida en humedales de la parte baja de la costa pero también se encuentran en el origen y en algunas lagunas de altura. El adulto presenta plumaje totalmente negro.

Garza Nocturna Coroninegra (Nycticorax nycticorax)

Habita en las orillas de los cursos de agua dulce, salada. Es un ave de cuerpo compacto de poseer cabeza grande, pico robusto pero puntiagudo y cuello ancho.



Garcilla Estriada (Butorides Estriada)

Ampliamente distribuida y numerosa en humedales dulceacuosos en tierra bajas y en menor cantidad en los manglares, además vive en los valles centrales del norte. Es una garza pequeña de textura gruesa, coloración del cuerpo gris.

GARCILLA ESTRIADA

Garceta Bueyera (Bubulcus ibis)

Garza de tamaño mediano de amplia distribución en todo el mundo. Se denomina garza bueyera por encontrarse normalmente acompañada al ganado. Plumaje totalmente blanco pero en la época reproductiva aparecen plumas de color anaranjado en la corona y el pecho, además se intensifica el color del pico y patas.

Garza Blanca (Egretta thula)

Se la ve cerca del agua, en pantanos, manglares, lagunas y lagos es más frecuente desde el nivel del mar hasta los 1500 metros aunque se la documenta en lagunas altoandinas al norte del Ecuador.

Se mantiene solitaria, en pequeños grupos o en compañía de otras garzas.

Garceta grande (ardea alba)

Se la encuentra en pantanos, a lo largo de los ríos, en las orillas de los depósitos y cursos de agua, dulce, salobre, salada. Es la más grande de las garzas de plumaje blanco presenta un cuello largo que toma una forma de S. Plumaje blanco pero con pico amarillo y con patas negras.



GARZA BLANCA



GARCETA GRANDE

Ánade Piquiamarillo (Anas georgica)

Es una especie propia de las lagunas altoandinas y habita en menor número en los valles centrales e interandinos. Coloración general del cuerpo pardo amarillento con plumas más oscuras en la espalda y los lados. Se diferencia de la Cerceta Andina por el pico amarillo. Cola puntiaguda y patas grisáceas, machos y hembras son similares.

Cerceta Andina (Anas andium)

Ave común en lagos y lagunas de páramo. Es más pequeña que el Ánade Piquiamarillo y tiene el pico oscuro. Presenta plumaje pardo siendo la cabeza más oscura. Machos y hembras son similares.



ANADE PIQUIAMARILLO

PECES



Por largo tiempo la laguna de Yahuarcocha ha sido un atractivo turístico dentro de la provincia y a nivel nacional, esto se debe a su paisaje natural, variedad faunística tanto de peces como de aves. Esta laguna alberga gran variedad de peces entre los que se destaca la tilapia roja (*Oreochromis spp.*) y tilapia negra (*Oreochromis niloticus*). En la actualidad ha disminuido notablemente por la pesca indiscriminada de algunos de los pobladores de la zona, que los preparan en locales de comida junto al pueblo de Yahuarcocha. Actualmente se han iniciado trabajos para instalar criaderos de tilapia en el sector.



22

Guaba

Es una fruta tropical que pertenece a la familia de las Miráceas la cual incluye a más de 3.000 especies de árboles y arbustos de los cinco continentes. Todos los guayabos los producen árboles del género *Psidium* que crecen en regiones tropicales de América, Asia y Oceanía. En otros países también se la conoce como guayabo, guará, arrayana y luma.



Mora

Se trata de un fruto que crece en arbustos de la familia de las Rosáceas, la cual incluye más de 2.000 especies de plantas herbáceas, arbustos y árboles distribuidos por las regiones templadas de todo el mundo. Crecen en terrenos húmedos y en algunos casos, como el pacharán, se pueden encontrar a 1.500 metros de altitud. Maduran durante los meses de verano y otoño. Actualmente, se cultivan especies con fines comerciales, por lo que es fácil encontrarlas en mercados especializados.



24

ARTESANÍAS



Descripción

La tatora pequeña, fasciculada con raíces fibrosas o perennes de talla mediana o grande, tallos cespitosos o rematos entre sí, erectos, lisos, higonos o acostadillos, la base no tuberosa.

Usos de la tatora

La tatora es usada para confeccionar artesanías varias, entre ellas la elaboración de esteras. Para iniciar el tejido de las esteras se dispone longitudinalmente en el piso de los tallos de tatora seco y más gruesos que corresponde a la trama en forma uniforme y de la longitud requerida.

Luego empleando otro grupo de tatora un poco más fina transversalmente que hace el papel de urdimbre se va tejiendo empezando desde el extremo derecho superior de la trama ya dispuesta: es necesario dejar unos 10cm, sin tejer en los filos, para que al final del tejido se realice el remate de las orillas de la estera.



25

GASTRONOMÍA

Uno de los atractivos que convoca a gran cantidad de visitantes a la laguna de Yahuarcocha, por cerca de 30 años, es el expendio de pescado. Para que la tradición no se pierda, como alternativa, fue sustituida por la tilapia, que se convirtió en uno de los platos gastronómicos más apetecidos por los visitantes. Tanto tiene el negocio que más de ciento cincuenta familias dependen de él.



Para acompañar los platos típicos del lugar también se brinda:

Caldos de gallina de campo

Este plato típico en el Ecuador, también se lo puede degustar en Yahuarcocha. El caldo de gallina es servido con yuca o papas es un plato muy nutritivo y saludable ya que no se lo prepara con mucho condimento además de ser cocinado con gallinas de campo.



26



Empanadas

Para acompañar la exquisita filapia, en varios de los locales de comida de la zona se ofrece también las tradicionales empanadas rellenas de queso y plátano. Hechas de harina, manteca, levadura, azúcar, estos postrecitos acompañan bien el deleite de turistas.

Chochos con tostado

Para quienes les gusta las proteínas pueden hacerlo comiendo los chochos con tostado que lo encuentran en todos los locales de comida.



27

Rosquillas con miel y queso

Un delicioso paste infallible en el menú que ofrecen los propietarios de comida a todos los turistas nacionales y extranjeros.

Frutas de temporada

Se puede encontrar locales de frutas como: cañas, guabas, mandarinas, mamoncillos, avos, chirimoyas, entre otros, ofrecidos por los comerciantes, complementan la oferta cada fin de semana.



28

ACTIVIDADES TURÍSTICAS

La privilegiada ubicación geográfica, la presencia del Imbabura, las corrientes marinas que vienen de norte a sur, hacen de Yahuarcocha un destino incomparable para actividades de aventura y deporte especializado de toda índole.

COMPETENCIAS AUTOMOVILÍSTICAS



Resulta una tarea complicada, detallar todas y cada una de las carreras que en el transcurso de los últimos 41 años, ha organizado el CATI en el Autódromo de Yahuarcocha, inicialmente en el circuito de diez kilómetros y luego en el Anexo II. Con todo, algunas de esas competencias tuvieron una trascendencia especial porque demandaron una gran capacidad de organización: lograron la presencia de famosos pilotos internacionales en el comando de poderosos y veloces autos, despertaron un enorme interés en la afición que se tradujo

en una gran presencia de fanáticos en los graderos y, sobre todo, destacaron la calidad del Autódromo Internacional de Yahuarcocha, como uno de los mejores escenarios automovilísticos de América Latina. El automovilismo consiste en carreras o circuitos con la participación de pilotos y autos de diversos modelos. Se ha convertido en uno de los espectáculos más populares en el mundo, por ejemplo la conocida Fórmula 1 que tiene una gran cantidad de seguidores.

29



COMPETENCIAS DE CABEZALES

Surge hace seis años, como una de las alternativas diferentes para revitalizar los masivos espectáculos de competencia y habilidad en el manejo y conducción de los grandes trailers. Álvaro Mejía, organizador del evento, se apoderó de esta idea que se desarrolló en diferentes países de Sudamérica y la trajo al Ecuador, con la ilusión de llenar las tribunas para "mostrar y rendir homenaje al trabajo de los conductores del país". Yahuarcocha ha sido el escenario ideal de la competencia, ha demos-

trado el gran interés de los ciudadanos en concurrir a esta prueba en la que la experiencia de los conductores tiene una razón diferente de la que es necesaria para pilotos y vehículos. Los conductores de las carreteras ecuatorianas dejarán de transportar carga pesada para ponerse el uniforme de competidor y mostrar quién es el mejor al volante.



www.cati.com.ec

30

COMPETENCIAS DE MOTOCROSS "LAS GARZAS"

Es una de las modalidades más espectaculares, en la que se combina la velocidad con la destreza necesaria para controlar la motocicleta ante las irregularidades del terreno, con curvas cerradas, montículos, baches y cambios de rasante, y sobre una superficie de tierra que generalmente, se encuentra embarrada con la finalidad de evitar el peligro que supone el polvo. Todo ello hace que en las carreras de motocross sucedan saltos y derrapes. La pista "Las Garzas", es el escenario adecuado para este tipo de deporte extremo. Se han llevado a cabo importantes retos que han unido al país a través de sus competidores

www.fouribarra.com

31

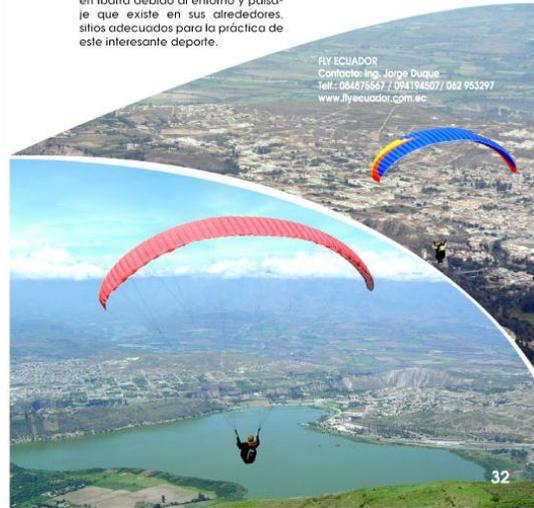


VUELOS DE PARAPENTES

Un avistamiento desde los aires al paisaje de Yahuarcocha y de la ciudad de Ibarra es lo que brinda este deporte. La oportunidad de vivir la adrenalina desde el cielo además de contemplar toda la laguna desde un punto superior. Por lo general la partida se la hace desde las montañas de Yuracruz a donde el acceso es fácil a través de un vehículo. Muchos escogen hacer parapente en Ibarra debido al entorno y paisaje que existe en sus alrededores, sitios adecuados para la práctica de este interesante deporte.

Usted es capaz de volar perfectamente sobre montañas y lagunas, en donde los expertos hacen diferentes maniobras.

FLY ECUADOR
Contacto: Ing. Jorge Duque
Telf.: 064875567 / 0941945077 / 062 953297
www.flyecuador.com.ec



32

PASEOS EN LANCHAS Y BOTES

Puerto del Amor y Puerto Aventura pertenecen a la Asociación Santa Marianita la cual funciona hace 20 años, destinadas a ofrecer un momento de distracción a los turistas nacionales y extranjeros, sus nombres se deben a la gran afluencia de parejas que solían pasar un momento romántico en las aguas de la laguna de Yahuarcocha. Para iniciar su trabajo empezaron con 4 botes de madera y luego

fueron incrementando más botes pero esta vez con figuras que son elaborados con fibra de vidrio, para hacer estos botes contratan a un maestro especializado en fibra de vidrio, este trabajo los hace con moldes de figuras de animalitos que atraen al turista.

Contactos:
Mayra Flores
Telf.: 062 580861 / 059001095



33

CACERIA DEL ZORRO

Desde hace 39 años la Casería del Zorro viene constituyéndose en una atracción turística de primera magnitud y ha sido declarada por el cabildo Ibarreño como FIESTA NACIONAL POPULAR por sus componentes históricos, deportivos y culturales. Se dividen en 5 categorías: Infantil, Juvenil, Elite, Damas Y Master, esta actividad se mezcla deporte con hidalguía belleza con turismo elegancia con adrenalina es ya uno de los acontecimientos cumbres del turismo nacional e internacional del Ecuador.

La tradicional Cacería del Zorro, convoca a jinetes de todo el país. Este evento hipico marca el final de las fiestas de fundación de Ibarra (Imbabura), brinda a los asistentes una mañana de emoción y esparcimiento a través del desfile de los jinetes y las carretas dentro de la ciudad, así como la persecución del zorro hacia la laguna de Yahuarcocha, convirtiéndose en un escenario natural.



www.ibarraestado.com

34



EXTREME ZONE

Se encuentra ubicado al ingreso a la Autopista de Yahuarcocha (frente al peaje). Y dispone a todos los turistas a pasar un día inolvidable disfrutando en familia con juegos de adrenalina como: BUGGYS, CUADRONES, KARTING y JUEGOS INFANTILES.



Reservaciones: Nancy Guerrero
Gerente Propietaria.
Telf.: 093-988-736 / 093-988-762
www.zonextreme.ec

35



CICLISMO

Es un deporte que incluye distintas modalidades y disciplinas que tienen en común la utilización de la bicicleta. En el Autódromo es el lugar propicio para practicar este deporte ya que tiene una gran extensión y se lo realiza con la tranquilidad de la naturaleza cerca. Se han desarrollado varias competencias nacionales e internacionales.

Los aficionados ciclistas ponen a prueba sus destrezas en la pista del sector el Arcángel, escenario que genera gran expectativa en el público debido al exigente diseño de su recorrido. La llegada es en el sector de Yahuarcocha, a 200 metros del

sector de Yahuarcocha, a 200 metros del pueblo. Los corredores se someten al desafío en las categorías: infantil, pre juvenil, juvenil, élite, master, rígidas novatos, rígidas expertos y damas. La última fecha de la Copa se corrió el 2 de octubre de 2000, en el sector de Alaburo. En el certamen compiten deportistas de Tungurahua, Pichincha, Carchi y la antillana Imbabura. La competencia entrega puntos UCI (Unión de Ciclismo Internacional).

www.ibarraestado.com

36

TRAVESIA LAGUNA YAHUARCOCHA

Evento deportivo que se realiza cada año desde tempranas horas de la mañana. Con motivo de las Fiestas de Ibarra, alrededor de 200 deportistas de varias provincias del país se hacen presentes en esta competencia de aguas abiertas organizada por el Comité de Natación, filial de Federación Deportiva de Imbabura.

Como también personal de la milicia que opta por probar sus habilidades en aguas abiertas. También se practica el triatlón ya que se cuenta con los recursos necesarios para hacerlo.

Varias categorías, recorren diferentes distancias, los nadadores infantiles cumplen 500 metros de distancia. Los federados, categorías infantil B, Master A y B, cumplen 2.250 metros; el lugar de partida es en el sector denominado Vuelta de la Paloma.

Finalmente los deportistas de la división Juvenil A y Mayores abierta cumplen un circuito de 5.000 metros. Varios premios se llevan los triunfadores de las diferentes categorías, y en la clasificación general absoluta de los 5.000 metros se entrega un monto económico para los ganadores, tanto en damas como en varones.



37



CARRERAS DEL 4X4

En Imbabura se organizan competencias de este interesante deporte fuera. Las pistas de 4x4 por lo general tienen una longitud de 1.800 metros, su diseño tiene grandes fosos de lodo, tortuosos montículos naturales, cruces de ríos y otros obstáculos, convertido en el escenario original para poner a prueba la capacidad y habilidad de los pilotos y la preparación técnica de los vehículos con

cuatro ruedas unidad. Turistas aventureros pueden rentar un automotor 4 x 4 para recorrer y atravesar los alrededores cercanos de Ibarra muy apropiados para la práctica de este interesante deporte.

www.ibarraestado.com

PESCA DEPORTIVA

En la laguna de Yahuarcocha existen diversas atracciones para pasar un fin de semana ameno en familia o entre amigos, esta zona es muy visitada por turistas locales e internacionales. Por lo general esta actividad lo realiza mucha gente desde horas de la mañana y hasta casi caer la noche en diversos puntos de la laguna y lo hacen ya sea con cañas de pescar o utilizan su propia herramienta elaborada manualmente con carrizo que mide aproxi-

madamente 1.5 metros, nailon, un trozo de espuma flex o un corcho, anzuelo y por último como alimento para los peces las lombrices. Muchos visitantes disfrutan atrapando su propio pescado para comerlo en los orillas de la laguna de Yahuarcocha. De igual manera es posible disfrutar observando a los pescadores locales mientras realizan sus rutinas matutinas.

38

SERVICIOS TURÍSTICOS

La verdadera misión de los hoteles o alojamientos turísticos como empresas de servicios que se dedican especialmente a ofrecer estancias para el descanso y reposo en diversas condiciones. No hay nada que represente mejor la visión y propósito de la hotelería que la hospitalidad, es decir, la cualidad y actitud de acoger amablemente a los visitantes.

QUINTA SAN MIGUEL

En una área de 6000 metros cuadrados se levanta la Quinta San Miguel, un complejo turístico ubicado en el pueblo de San Miguel de Yahuarcocha. Tras su majestuosa iglesia un lugar que pretende superar todas las expectativas de quien lo visita, para ello se han creado espacios mágicos y sorprendentes además de placenteros por la comodidad de sus instalaciones y amabilidad de sus propietarios. Su decoración resalta con el uso de elementos naturales y la mezcla del hermoso arte ecuatoriano que recrea un ambiente de extraordinaria belleza y armonía.

INSTALACIONES

- Salón de recepciones "Yahuarcocha": amplio, equipado, funcional para cualquier tipo de reunión, con una capacidad de 200 personas.
- Salón "Ingacaca y Tablin" con capacidad para 30 personas, equipado para cualquier tipo de reuniones.
- Restaurante Vista Hermosa: ofrecen gastronomía nacional e internacional; capacidad para 50 personas.
- La Terraza: Lugar al aire libre rodeado del mejor paisaje, acompañado de su comida favorita, capacidad para 20 personas.
- Vista al lago: Un corredor decorado con la naturaleza del lugar, excelente lugar para disfrutar de un almuerzo familiar, capacidad para 20 personas.
- Piscina: Temperada
- El islote de la Garza: Una pequeña laguna apta para pesca deportiva.



Contacto: Ing. Gabriela García
Telf.: 06 2 959203 - 092406161
www.quintasanmiguel.com

39

HOTEL EL CONQUISTADOR

El hotel se creó hace 30 años, ubicados en el lugar más turístico de la ciudad en la laguna de Yahuarcocha, junto a la Autopista Internacional, en donde se realizan importantes competencias automovilísticas del país. Tenemos un paisaje encantador que cautiva a turistas propios y extranjeros.



Dirección: Autopista Yahuarcocha Km. 9
Telf.: (593) 06 2580-285 / 062 953-985
conquistadoriingo@hotmail.com

Contamos con:

- Canchas Deportivas: Mini fútbol, Béisquet.
- Áreas Infantiles.
- Áreas Verdes.
- Además un Green para práctica de Golf.
- Restaurante: El Conquistador con capacidad para 300 personas (comida nacional e internacional)
- Nuestra Discoteca de primera (Studio 54): Con capacidad para 500 personas única en su género, pantalla gigante, luces robóticas, con una decoración Europea.
- Cafetería Selecta.
- Salones de eventos capacidad para 150 y 300 personas.
- 30 habitaciones confortables.
- Parquedero privado y vigilado.
- Karaoke.
- Play Zone.

41

HOSPEDAJE YAHUARCOCHA

Usted puede llegar a este bello lugar turístico con familia, amigos o compañeros de trabajo para tener inolvidables vacaciones, aventuras o realizar mejores negocios e inversiones. Estamos ubicados aproximadamente en el Km. 3 de la Autopista Yahuarcocha.

Ofrece una estadia confortable con:

- Habitaciones confortables
- Baño privado
- Agua caliente
- TV cable
- Servicios de cafetería
- Restaurant
- Heladería

- Canchas Deportivas: Mini fútbol, Béisquet.
- Áreas verdes
- Parquedero las 24 horas
- Todo esto para su descanso y confort.



Contacto: Sr. Milton Ordoñez
Gerente Propietario,
Teléfono: (593) 062604 927

40

HOTEL IMPERIO DEL SOL

Paraiso de Imbabura, un sitio acogedor rodeado de los más hermosos y variados paisajes, situado a orillas de la histórica y cálida laguna de Yahuarcocha, brindando tranquilidad y confort a sus visitantes haciendo de su estadia el descanso que su alma necesita. Ofrece a sus clientes:

- Disponemos de 25 confortables habitaciones alfombradas con televisión a color con acceso a canales de cable, baño privado, servicio telefónico nacional e internacional.

- Restaurante con capacidad para 120 personas donde pueden degustar variados y exquisitas recetas nacionales e internacionales.
- Área para parrilladas, pizzeria.
- Salones para conferencias y convenciones con capacidad para 120 personas.
- Discoteca privada, karaoke, sala de juegos.
- Paseos en lancha.
- Canchas de tenis, squash, vóley.



Contactos
Telf.: (593) 04 2959-795
hotelimperiodelsol@andinnana.net

42

LEYENDA DE YAHUARCOCHA



Hace mucho tiempo, al norte de Ibarra, en fondo de un valle rodeado de lomas, había una hacienda. Un camino atravesaba el valle y junto a él se levantaba la casa de hacienda y los corrales para el ganado. Los potreros estaban siempre cubiertos de hierba alta y verde, y por aquí y por allá crecían algunos árboles que proporcionaban fresca sombra al ganado durante las horas de mayor calor.

El dueño de la hacienda era un hombre de soberbio, miserable y cruel. La gente le temía y odiaba. El mayordomo, en cambio, era un negro de muy buen corazón. Un día, un pordiosero muy anciano, de larga y blanca barba, vistiendo ropas muy pobres pero limpias, llegó hasta la puerta de la hacienda. Con voz suplicante, pero digna, solicitó una limosna por el amor de Dios. El hacendado, al oír al mendigo, se impacientó y encolerizó terriblemente. Llamó al mayordomo y le ordenó que soltara a los perros para que le despedacaran. El mayordomo, que, como ya dijimos, era de buen corazón, se acercó al anciano, le comunicó la orden que había recibido y le aconsejó que se fuera de allí lo más pronto para no tener que cumplirla.

El mendigo agradeció la bondad del mayordomo, le ofreció atejarse de allí inmediatamente para no ponerle en dificultades y le dijo que para recompensar su bondad quería comunicarle un secreto.

Esta hacienda está condenada a desaparecer como castigo a las maldades de su propietario. Esta misma noche se acabará la hacienda y perecerá su dueño. Quien desee salvarse debe tomar sus cosas e irse a posar la noche en la loma más alta. El anciano comenzó a atejarse de la hacienda caminando lentamente, apoyado en un palo largo y tosco. El mayordomo quedó pensativo, pero dándose cuenta de que se acercaba la noche, se encaminó a su cuarto y empezó a arreglar sus cosas para trasladarlas a la loma de Aloburo. En dos viajes a la loma logró trasladar la mayor parte de sus cosas. Cuando emprendió el tercero y el último era ya de noche y oyó que empezaba a tronar como amenazando una gran tempestad. Los truenos se sucedían uno tras otro, produciendo enorme estruendo y llenando de pavor el espíritu. Luego comenzó a llover.

El ruido de los truenos y de la lluvia crecía en intensidad y conforme avanzaba la noche. Era como si el cielo estuviere desplazándose y como si la tierra temblara de miedo. La obscuridad era tal que no se podía divisar ni las propias manos.

Toda la noche no dejó tronar y de llover. Cuando por fin, después de horas largas e interminables amaneció, a la primera luz del día, el mayordomo buscó con la mirada la casa de la hacienda, los corrales, los potreros y los árboles, todo lo que había estado allí la noche anterior y ahora no aparecía por ninguna parte. Su asombro fue grande y sintió temor. Una laguna de aguas turbias era lo único que se veía, lo único que quedaba de la hacienda. Durante la noche, el agua de la lluvia y toda el agua de las vertientes y quebradas que había antes en el Imbabura habían bajado para reunirse en el valle y formar la laguna. Por esta razón, en la actualidad no se encuentra agua en el

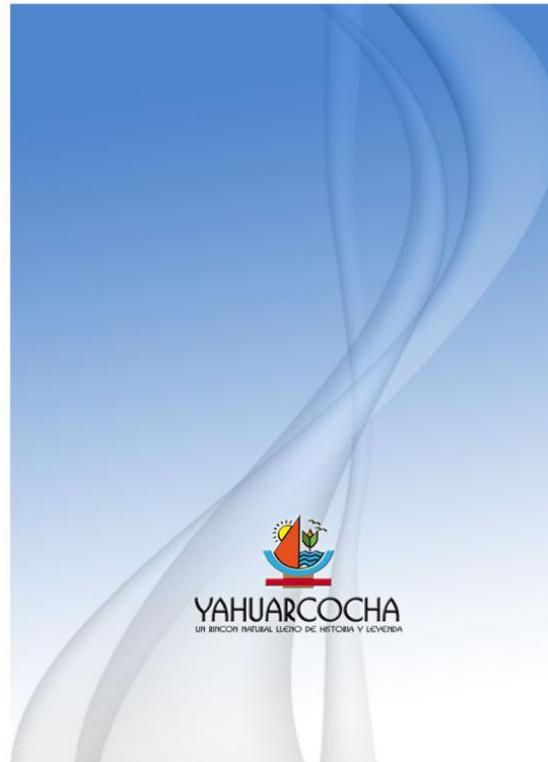
Imbabura por ninguna parte, pues todo el agua que había bajado para formar la laguna que hoy se conoce con el nombre de Yahuarcocha. Algunos pescadores aseguran ver visto en el fondo de la laguna la casa, los corrales y los potreros de la hacienda. Dicen el mendigo no era otro que le mismo Dios que castigó así la crueldad y miseria del hacendado.

Como durante los últimos años la laguna de Yahuarcocha ha estado secándose, los indígenas explican que esto se debe a que la maldición ya se ha cumplido y que ahora la hacienda puede volver aparecer.

Fuente:
Casa de la Cultura Ecuatoriana.



YAHUARCOCHA
UN RINCÓN NATURAL LLENO DE HISTORIA Y LEYENDA



YAHUARCOCHA
UN RINCÓN NATURAL LLENO DE HISTORIA Y LEYENDA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1002681276		
APELLIDOS Y NOMBRES:	CRIOLLO BEJARANO PAOLA GABRIELA		
DIRECCIÓN:	Ibarra: Calixto Miranda 4-50 y José Miguel Leoro		
EMAIL:	paocri_1984@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	2 954 631	TELÉFONO MÓVIL:	080840064

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“DISEÑO Y CREACIÓN DE UNA REVISTA TURÍSTICA PARA MEJORAR EL DESARROLLO SOCIAL Y ECONÓMICO DEL SECTOR DE YAHUARCOCHA DURANTE EL PERIODO 2011-2012”
AUTOR (ES):	Criollo Bejarano Paola Gabriela
FECHA: AAAAMMDD	2012/06/26
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciada en Diseño Gráfico
ASESOR /DIRECTOR:	Lic. Oswaldo Portilla

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, CRIOLLO BEJARANO PAOLA GABRIELA, con cédula de identidad Nro. 100268127-6, en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 143.

3. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume(n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, al 26 día del mes de Junio del 2012

EL AUTOR:

(Firma).....
Nombre: CRIOLLO BEJARANO PAOLA GABRIELA
C.C.: 100268127-6

ACEPTACIÓN:

(Firma).....
Nombre: XIMENA VALLEJO
Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario _____



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, CRIOLLO BEJARANO PAOLA GABRIELA, con cédula de identidad Nro. 100268127-6 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado denominado: **“DISEÑO Y CREACIÓN DE UNA REVISTA TURÍSTICA PARA MEJORAR EL DESARROLLO SOCIAL Y ECONÓMICO DEL SECTOR DE YAHUARCOCHA DURANTE EL PERÍODO 2011-2012”** que ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciada en Diseño Gráfico, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma).....

Nombre: CRIOLLO BEJARANO PAOLA GABRIELA

Cédula: 100268127-6

Ibarra, 26 del mes de Junio del 2012



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

4. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1002861134		
APELLIDOS Y NOMBRES:	TRUJILLO PILATAXI CARMEN BEATRIZ		
DIRECCIÓN:	Ibarra: Yahuarcocha Sector Santa Rosa S/N		
EMAIL:	trujillocarmen@hotmail.es		
TELÉFONO FIJO:	2 605 197	TELÉFONO MÓVIL:	059732955

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“DISEÑO Y CREACIÓN DE UNA REVISTA TURÍSTICA PARA MEJORAR EL DESARROLLO SOCIAL Y ECONÓMICO DEL SECTOR DE YAHUARCOCHA DURANTE EL PERIODO 2011-2012”
AUTOR (ES):	Trujillo Pilataxi Carmen Beatriz
FECHA: AAAAMMDD	2012/06/26
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Licenciada en Diseño Gráfico
ASESOR /DIRECTOR:	Lic. Oswaldo Portilla

5. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, TRUJILLO PILATAXI CARMEN BEATRIZ, con cédula de identidad Nro. 100286113-4, en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 143.

6. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume(n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, al 26 día del mes de Junio del 2012

EL AUTOR:

(Firma).....
Nombre: TRUJILLO PILATAXI CARMEN BEATRIZ
C.C.: 100286113-4

ACEPTACIÓN:

(Firma).....
Nombre: XIMENA VALLEJO
Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario _____



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, TRUJILLO PILATAXI CARMEN BEATRIZ, con cédula de identidad Nro. 100286113-4 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado denominado: **“DISEÑO Y CREACIÓN DE UNA REVISTA TURÍSTICA PARA MEJORAR EL DESARROLLO SOCIAL Y ECONÓMICO DEL SECTOR DE YAHUARCOCHA DURANTE EL PERÍODO 2011-2012”** que ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciada en Diseño Gráfico, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma).....
Nombre: TRUJILLO PILATAXI CARMEN BEATRIZ
Cédula: 100286113-4

Ibarra, 26 del mes de Junio del 2012