



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

TEMA:

“DIFUSIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN OTAVALO A TRAVÉS DE UNA GUÍA IMPRESA CON FOTOGRAFÍAS EN 3D, DESTINADO A LOS TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS EN EL AÑO 2013-2014.”

Trabajo de Grado previo a la obtención del título de Licenciado en la Especialidad de Diseño Gráfico

AUTOR:

CHUQUÍN CHUQUÍN JOSÉ EDUARDO

DIRECTOR:

LIC. JULIÁN POSADA

Ibarra, 2015

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

ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR

En mi calidad de tutor del Trabajo de investigación realizado por el señor: Chuquín Chuquín José Eduardo, para optar por el título de Licenciado en la Especialidad de Diseño Gráfico, con el Tema: **"DIFUSIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN OTAVALO A TRAVÉS DE UNA GUÍA IMPRESA CON FOTOGRAFÍAS EN 3D, DESTINADO A LOS TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS EN EL AÑO 2013-2014."**; posterior a su revisión, análisis y corrección y una vez que habiendo reunido los requisitos reglamentarios, autorizo su presentación para que sea evaluado y aprobado, por las instancias pertinentes.



Lic. Julián Posada

DEDICATORIA

Con todo cariño a mis queridos padres quienes con su amor, sacrificio, desvelos y su apoyo incondicional supieron cooperar para que pueda culminar con este proyecto de tesis, llevando así acabo mi meta.

José Chuquín

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios ya que por Él hoy puedo llegar a culminar mi carrera universitaria, este proyecto es el resultado del esfuerzo constante. Agradezco a mi director del proyecto, Lic. Julián Posada, quien a lo largo de este tiempo ha puesto a prueba sus capacidades y conocimientos en el desarrollo de este proyecto. A mis padres, por todo el esfuerzo que han realizado, creyeron en mí en todo momento y no dudaron de mis habilidades.

José Chuquín

ÍNDICE GENERAL

Aceptación del Director.....	II
Dedicatoria	III
Agradecimiento.....	IV
Índice general.....	V
Resumen	X
Abstract	XI
Introducción	XII
CAPÍTULO I.....	1
1. El problema de investigación.....	1
1.1 Antecedentes.....	1
1.2 Planteamiento del problema	2
1.3 Formulación del problema.....	3
1.4. Delimitación	3
1.4.1. Delimitación Espacial.....	3
1.4.2. Delimitación Temporal	3
1.5. Objetivos.....	3
1.5.1. Objetivo general.....	3
1.5.2. Objetivos específicos	3
1.6. Justificación	4
1.7 Factibilidad.....	4
CAPÍTULO II.....	5
2. Marco teórico	5
2.1. Fundamentación teórica.....	5
2.1.1. Diseño editorial	5
2.1.1.1. Composición	6
2.1.1.2. Objetivos y elementos del diseño editorial	6
2.1.1.3. Maquetación	6
2.1.2. Portada	7
2.1.2.1. Como las portadas refuerzan y venden la marca	7

2.1.2.2.	El lomo.....	7
2.1.2.3.	Las páginas interiores	8
2.1.2.4.	La página índice.....	8
2.1.2.5.	El diseño de la página índice	8
2.1.2.6.	Paginas iniciales	9
2.1.2.7.	La apertura de secciones	9
2.1.2.8.	La función del texto.....	9
2.1.2.9.	Los titulares de portada.....	10
2.1.2.10.	El slogan	10
2.1.2.11.	Los titulares	10
2.1.3.	La imagen	11
2.1.3.1.	El tratamiento de las imágenes	11
2.1.3.2.	Distribución de texto e imágenes	11
2.1.3.3.	Fotografía	11
2.1.4.	Los subtítulos.....	12
2.1.4.1.	El cuerpo de texto	12
2.1.4.2.	Espacios en blanco.....	13
2.1.4.3.	Los márgenes	13
2.1.4.4.	Las tabulaciones del texto.....	13
2.1.5.	Componentes principales de una maqueta	13
2.1.5.1.	Plantillas	13
2.1.5.2.	Retículas.....	14
2.1.5.3.	Tipos de retículas.....	14
2.1.5.4.	Las plantillas	16
2.1.5.5.	La paginación	16
2.1.5.6.	La selección del papel	17
2.1.5.7.	El formato	17
2.1.5.8.	La elección y uso de la tipografía.....	17
2.1.5.9.	Material o soporte	18
2.1.6.	Gama cromática.....	18
2.1.6.1.	El color desde el diseño gráfico	19
2.1.7.	Estereoscopía.....	20
2.1.7.1.	Anaglifos	21

2.1.8.	Turismo.....	21
2.1.8.1.	Tipos de turismo	22
2.1.8.2.	Guía turística	23
2.1.8.2.1.	Partes de una guía turística	24
2.1.8.2.2.	Elementos de una guía turística.....	25
2.1.9.	El turismo en imbabura- ciudad de otavalo	27
2.1.9.1.	Recursos turísticos	28
2.1.9.2.	Historia.....	28
2.1.9.3.	Tradiciones y costumbres	29
2.1.9.4.	Atractivos turísticos de otavalo.....	32
2.2.	Posicionamiento teórico personal.....	35
2.3.	Glosario de términos.....	35
2.4.	Preguntas de investigación	42
2.5.	Matriz categorial.....	43
CAPÍTULO III.....		44
3.	Metodología de la investigación	44
3.1.	Tipo de investigación	44
3.1.1	De campo	44
3.1.2.	Documental.....	44
3.2.	Métodos	44
3.2.1.	Método inductivo – deductivo.....	44
3.3.	Técnicas e instrumentos	45
3.3.1.	Encuesta.....	45
3.3.2.	Encuesta.....	45
3.4.	Población.....	45
3.5.	Muestra.....	46
CAPÍTULO IV		47
4.	Análisis e interpretación de resultados	47
4.1.	Recolección de datos.....	47
4.2.	Análisis de datos.....	47

CAPÍTULO V	57
5. Conclusiones y recomendaciones.....	57
5.1. Conclusiones	57
5.2. Recomendaciones	58
CAPÍTULO VI	59
6. Propuesta alternativa	59
6.1. Título.....	59
6.2. Justificación e importancia	59
6.3. Fundamentación	60
6.4. Objetivos.....	60
6.4.1. Objetivo General.....	60
6.4.2. Objetivos específicos	60
6.5. Ubicación sectorial y física.....	61
6.6. Desarrollo de la propuesta	61
6.6.1. Diagramación.....	61
6.6.2. Imagen.....	62
6.6.3. Tipografía.....	64
6.6.4. Soporte / formato	66
6.6.4.1. Soporte: impreso, (guía turística)	66
6.6.4.2. Formato	66
6.6.5. “Otavalo 3d, un contacto con la naturaleza y la cultura”	67
6.6.5.1. Concepto editorial	67
6.6.5.2. Logotipo y slogan.....	68
6.6.5.2.1. Justificación	69
6.6.5.3. Portada	74
6.6.5.4. Contraportada.....	74
6.6.5.5. Contraportadas interiores (1 Y 2)	75
6.6.5.6. Créditos	75
6.6.5.7. Índice-contenido-sumario	75
6.6.5.8. Número de hojas y páginas.....	76
6.6.5.9. Secciones	76
6.6.5.10. Temas y subtemas.....	77

6.6.5.11. Navegación.....	77
6.6.5.12. ACABADOS	79
6.6.6. PRESENTACIÓN DE LA GUÍA TURÍSTICA	79
6.7. IMPACTOS.....	106
6.7.1. IMPACTO SOCIAL	106
6.7.2. IMPACTO EDUCATIVO.....	106
6.7.3. IMPACTO ECONÓMICO	106
6.8. DIFUSIÓN	106
6.8.1. FINANCIAMIENTO	108
6.8.2. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.....	108
6.8.4. PRESUPUESTO.....	109
LINKCOGRAFIA.....	111
ANEXOS	112
ANEXO 1 PROCESO DE ELABORACIÓN DE IMÁGENES 3D	113
Anexo 2 ÁRBOL DE PROBLEMAS	118
Anexo 3 MATRIZ DE COHERENCIA.....	119
Anexo 4 ENCUESTA.....	120

RESUMEN

El Turismo puede ser un producto básico en un destino determinado o un elemento de valor añadido, esencial para captar otro tipo de mercado que permite el desarrollo sustentable de las ciudades. La imagen de Otavalo gira alrededor de sus atractivos turísticos y sus diversas manifestaciones culturales, que generan una gran afluencia de turistas nacionales y extranjeros, por lo que se evidencia la necesidad de contar con un medio que permita dar a conocer los atractivos turísticos y el desarrollo del cantón, es por esta razón que la presente investigación tiene como finalidad el uso del diseño editorial para la difusión de los atractivos turísticos del cantón Otavalo a través de la propuesta de una guía turística utilizando fotografías 3D. Con la realización de la guía turística se contribuirá a la difusión de los mismos. Para la realización de este proyecto se ha utilizado métodos como: investigación bibliográfica y de campo, apoyándonos en diversos medios como la tecnología Observación Científica, que facilitó la recolección de documentos necesarios, una vez obtenidos los materiales necesarios se realizó las encuestas y mediante su tabulación se obtuvo respuestas que afirmaban el desconocimiento de los atractivos turísticos que cuenta el cantón Otavalo, por lo que se ha considerado oportuno proponer un diseño de una guía turística conformado por textos e imágenes 3D, que permitirán conocer los atractivos turísticos, la cultura y su gente. Por este juicio la propuesta está encaminada a diseñar una guía turística con un diseño atractivo y novedoso, que con seguridad se quedará en la mente del lector. Es por eso que es necesario que se tomen en cuenta las propuestas que incentiven el desarrollo de Otavalo, pero es también necesaria la participación activa de las autoridades y una buena difusión para cumplir propósitos.

ABSTRACT

The Tourism can be a basic product in a certain destination or an element of added value, essential to capture another market product type that allows the sustainable development of the cities. Otavalo image revolves around its tourist attractions and its various cultural events, which generate a large number of domestic and foreign tourists, so the need is evidenced by a method that provides to publicize the tourist attractions and development of Canton, it is for this reason that the present investigation is aimed to use editorial design for the dissemination of the tourist attractions of Canton Otavalo through the proposal of a tourist guide; using 3D pictures. The completion of the guidebook will contribute to the dissemination of this information. To carry out this project some methods were used, such as: literature and field research, relying on various media such as Scientific Observation technology, which facilitated the collection of necessary documents, once obtained the necessary materials surveys they were conducted and by tabulation responses claiming ignorance of the attractions available in canton Otavalo, so it was considered it is appropriated to propose a design of a guidebook with text and 3D images which disclose attractions, culture and its people. By this judgment, the proposal is to design a tourist guide with an attractive and innovative design, which surely will stay in the reader's mind. It is for that reason that it is necessary they take into account the proposals to motivate the development of Otavalo, but it is also necessary the active participation of the authorities and a good diffusion to complete purposes.

INTRODUCCIÓN

La creación de una guía turística con fotografías 3D, es un aporte importante para Otavalo. Mediante su promoción logramos nuestro principal objetivo, que es presentar una nueva propuesta en diseño editorial de una guía turística, a través del uso de fotografías 3D dando a conocer los atractivos turísticos naturales y culturales a los turistas locales, nacionales y extranjeros que visitan el cantón. Es también importante que las nuevas generaciones conozcan y valoren su cultura y puedan transmitir a las demás personas.

Otro de los objetivos de este proyecto es que la guía turística cumpla con las características de innovación, originalidad en diseño y recursos, al momento de dar a conocer los lugares turísticos del cantón Otavalo.

El Capítulo I, identifica el problema, además se delimita el tiempo y el espacio para su desarrollo de la investigación, además se puntualizan los objetivos que se aspiran obtener. El Capítulo II, conceptualiza los fundamentos de diseño que empleamos en el proyecto, nos ayudan a esclarecer los pasos que se deben seguir para lograr el desarrollo de la guía turística. El Capítulo III, se aprecia los diferentes métodos, instrumentos de investigación aplicados. El Capítulo IV muestra los resultados y análisis de las encuestas. El Capítulo V detalla las conclusiones del resultado de las encuestas con su respectiva interpretación y de igual forma se plantea las recomendaciones. El Capítulo VI describe la propuesta alternativa para promover la creación de una guía turística con fotografías en 3D.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 ANTECEDENTES

La ciudad de Otavalo está ubicada en la Sierra norte de la República del Ecuador y al sur oriente de la Provincia de Imbabura, al norte del callejón interandino a 110 kilómetros de la capital Quito, y a 26 kilómetros al sur de la ciudad de Ibarra, capital provincial. Su altitud es de 2.565 metros sobre el nivel del mar, y está ubicada geográficamente en las siguientes coordenadas: 0°13'43" N y 78° 15' 49". Otavalo se encuentra a decir de muchos expertos, dentro del corredor turístico más importante y accesible del País, lo que crea una importante ventaja comparativa con respecto a otras 1ciudades.

Los límites del cantón Otavalo son: **Al norte** la confluencia de la quebrada de Agualongo o Tambor Wayku y el Río Ambi; **al sur** el Cerro Negro o Yana Urku y el nudo de Mojanda-Cajas; **al este** la cima del cerro Cubilche y el Cusín y, **al oeste** la confluencia de los ríos Llurimagua y Guayllabamba.

En Imbabura la actividad turística ha ido desarrollándose desde **los años 60**, entre los principales atractivos turísticos está la feria artesanal indígena de Otavalo Plaza Centenario, más conocida como la plaza de los Ponchos que en éste tiempo ya llamaba la atención de la gran mayoría de visitantes extranjeros. En la actualidad el excelente estado de la carretera panamericana norte, facilita el flujo de turistas extranjeros y nacionales, además de la excelente infraestructura de servicios de alojamiento y

alimentación ubicados en las zonas urbanas y rurales, estos factores han sido importantes para que a la provincia de Imbabura se la considere como una provincia eminentemente turística.

Entre los más importantes atractivos de origen natural tenemos la laguna de Cuicocha, parte de la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas, Yahuarcocha con el autódromo en el cantón de Ibarra y San Pablo con su paisaje único. En la actualidad la feria de Otavalo se efectúa todos los días, 15 siendo el de mayor importancia la feria del día sábado, que motiva la visita de turistas a nivel nacional e internacional. Con éstos atractivos, servicios e instalaciones turísticas, la demanda y el interés de los turistas nacionales y extranjeros han incrementado y diversificado, hasta llegar a ser en la actualidad en el sector económico más importante en toda la provincia.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Otavalo es considerado el cantón con mayor diversidad biológica que se sustenta con una gran variedad condiciones ambientales que hace que se convierta en óptimo escenario para el desarrollo de actividades como el turismo que permiten al turista recorrer sus escenarios y deslumbrarse con cada una de las expresiones socio-culturales.

La imagen de Otavalo gira alrededor de sus atractivos turísticos y sus diversas manifestaciones culturales, que generan una gran afluencia de turistas nacionales y extranjeros, por tal razón se evidencia la necesidad de contar con una nueva propuesta de una guía turística que permita dar a conocer los atractivos turísticos del cantón. Teniendo en cuenta la necesidad de información para el turista, se plantea la propuesta de la utilización del diseño editorial para el diseño y la elaboración de una guía turística del cantón Otavalo, que contará con fotografías en 3D de los atractivos turísticos que el cantón posee.

1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

De lo expuesto anteriormente se puede formular el problema para la realización de la investigación como sigue: **¿Cómo usar el diseño editorial y las fotografías 3D para dar a conocer los atractivos turísticos que posee el Cantón Otavalo, a los turistas nacionales y extranjeros?**

1.4. DELIMITACIÓN

1.4.1. Delimitación Espacial

El problema de investigación se realizó en: el cantón Otavalo, provincia de Imbabura.

1.4.2. Delimitación Temporal

El desarrollo del problema descrito se realizó durante el periodo 2013 - 2014.

1.5. OBJETIVOS

1.5.1. OBJETIVO GENERAL

- Utilizar el diseño editorial para elaborar una guía turística del Cantón Otavalo, incorporando fotografías 3D, destinado a los turistas nacionales y extranjeros.

1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Sentar las bases conceptuales y técnicas que sustenten al proyecto a través del marco teórico.

- Difundir la riqueza natural y cultural de Otavalo a través de un medio impreso, detallando los lugares turísticos.
- Presentar una propuesta visual diferente de una guía turística del cantón Otavalo.
- Socializar el proyecto ante la comunidad del cantón Otavalo, para su difusión.

1.6. JUSTIFICACIÓN

Otavalo es un cantón que es visitado por turistas nacionales y extranjeros, que son atraídos por la belleza de sus paisajes, su cultura y la actividad artesanal, permitiendo una afluencia en el mercado turístico, por tal razón es importante contribuir a la información y difusión de estos atractivos turísticos. La propuesta se basó en el uso del diseño editorial y las fotografías 3D a través de una guía turística del canto Otavalo, con lo cual se permitirá dar a conocer no solo los recursos naturales, culturales sino también a los artesanos que se dedican al comercio y elaboración de artesanías y también a los artistas plásticos que exponen sus obras al público turista.

1.7 FACTIBILIDAD

- El presente trabajo fue factible porque se contó con el apoyo de las Autoridades y los turistas que visitaron el cantón Otavalo.
- Existe conocimiento técnico y científico para la elaboración de la guía.
- 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

2.1.1. DISEÑO EDITORIAL

Zappaterra, Y. (2007). Diseño Editorial: periódicos y revistas Vince Frost, Director Artístico de Zembla expresa: “El diseño editorial es el diseño que trabaja con publicaciones, revistas impresas que salen al mercado más de una vez y que por lo general tienen una apariencia distintiva y genera una sensación inconfundible” (Pg.12).

El diseño editorial es la rama del diseño gráfico que se especializa en la maquetación y composición de distintas publicaciones tales como libros, revistas o periódicos. Incluye la realización de la gráfica interior y exterior de los textos, siempre teniendo en cuenta un eje estético ligado al concepto que define a cada publicación y teniendo en cuenta las condiciones de impresión y de recepción. Los profesionales dedicados al diseño editorial buscan por sobre todas las cosas lograr una unidad armónica entre el texto, la imagen y diagramación, que permita expresar el mensaje del contenido, que tenga valor estético y que impulse comercialmente a la publicación.

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” (Pg.2)

2.1.1.1. COMPOSICIÓN

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.

2.1.1.2. OBJETIVOS Y ELEMENTOS DEL DISEÑO EDITORIAL

Gran parte del diseño editorial tiene como objetivo comunicar o transmitir una idea o narración mediante la organización y presentación de imágenes y de palabras.

Cada uno de estos elementos cumple una función diferente: en una revista un titular casi siempre se redactará y maquetará de manera que atraiga la atención del lector, mientras que un diagrama figurará para calificar o apoyar la información contenida en el cuerpo del texto.

2.1.1.3. MAQUETACIÓN

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

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

maquetar se debe especificar el documento. Por eso, para definir un documento, lo primero que hay que hacer es determinar el área sobre la cual se desarrollará el trabajo: el papel.

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

2.1.2. PORTADA

La primera parte y la más importante de cualquier publicación en la que hay que estampar la imagen de marca y los valores asociados a ella, es la cubierta (en el caso de los libros) o la portada (si se trata de revistas). Es el componente de la revista que trabajara sin descanso para el beneficio de la editorial, ya sea al estar expuesta en los quioscos, donde competirá por distinguirse y transmitir su mensaje entre la competencia de los demás establecimientos.

2.1.2.1. COMO LAS PORTADAS REFUERZAN Y VENDEN LA MARCA

La portada de cualquier publicación soporta una responsabilidad inmensa, ha de ser llamativa y sobresalir entre sus competidoras de manera que logre atraer la atención del lector y seducirlo para que se aventure en su interior.

2.1.2.2. EL LOMO

Aunque los diseñadores conocen bien el valor que los lomos tienen para el diseño, esta pequeña franja de espacio es generalmente ignorada,

sin embargo, infrutilizarla es una pena por dos razones: en primer lugar, el lomo posee un excelente valor de venta en la medida en que, cuando la revista esta apilada en una estantería, este es más visible que la portada y segundo porque es un lugar perfecto para reforzar la marca y el estilo de la publicación.

2.1.2.3. LAS PÁGINAS INTERIORES

Toda publicación se divide en diferentes áreas que siguen, un formato establecido para el género al que pertenecen. Así una revista se divide en tres partes: un primer tercio dedicado a noticias, una parte central destinado a los artículos y un último tercio donde suelen localizarse información sobre los contenidos.

2.1.2.4. LA PÁGINA ÍNDICE

Esta página es muy importante porque, junto con la portada, constituye el único recurso que guía al lector a través del contenido.

El índice se localiza a menudo en la parte derecha, ya que es más visible, esta cualidad es la que hace a estas páginas más interesantes para las firmas anunciantes por estar más cerca a la portada y por lo tanto más susceptibles a ser vendidas, con la consecuencia de que el índice es desplazado a la izquierda.

2.1.2.5. EL DISEÑO DE LA PÁGINA ÍNDICE

Por encima de todo debe ser legible, fácil de seguir y localizar, tradicionalmente se sitúa tan cerca de la portada como sea posible, pero su posición en si no es tan importante como la continuidad o la coherencia de esa ubicación.

Zappaterra, Y. (2007). Diseño Editorial: periódicos y revistas expresa: “La disposición y la organización del índice tienen que ser atractivas, claras, y rápidamente asimilables, facilitando así, por ejemplo, la localización del reportaje en portada o una sección habitual favorita” (Pg.50).

2.1.2.6. PAGINAS INICIALES

Las páginas de una revista en cuya elaboración participan todas las secciones, ya sean de cultura, moda deportes, viajes, etc., suelen contar con hojas de estilo bien estructuradas y plantillas basadas en una selección determinada de fuentes, colores, elementos constructivos, todo ello maquetado sobre una retícula bien definida.

2.1.2.7. LA APERTURA DE SECCIONES

Suelen consistir en páginas completas o dobles con una imagen impactante y un volumen de texto mínimo, las aperturas o cabeceras de secciones, al destacar normalmente de una manera tan pronunciada, se convierte en “marcadores” muy útiles para los lectores que quieren encontrar un artículo en una sección determinada, cuando esa es su función primordial, facilitar a los lectores el manejo de la publicación.

2.1.2.8. LA FUNCIÓN DEL TEXTO

La terminología relacionada con el texto puede resultar confusa para un diseñador no familiarizado con el diseño editorial.

Tampoco ayuda que en algunos casos la misma cosa se designe con distintos nombres. En todo caso, es importante que el diseñador sepa cuatro cosas por lo que respecta al texto:

- Conocer los diferentes términos con los que se designa.
- Conocer cuáles son los diferentes tipos de texto.
- Saber diferenciar la redacción de textos editoriales en general y la de estos tipos de texto en particular, de la de otras clases de textos.
- Saber cómo afecta todo esto a la labor del diseñador.

2.1.2.9. LOS TITULARES DE PORTADA

Los títulos de venta en kioscos suelen exhibir un buen número de ellos en un intento por demostrar que ofrecen más y mejores contenidos que la competencia.

El mayor de los titulares, si la publicación usa el tamaño como recurso jerárquico para distinguir el orden de relevancia, está relacionado casi siempre con la imagen de portada.

2.1.2.10. EL SLOGAN

Situado debajo del logotipo, un slogan puede aportar gran valor a una publicación. Si las palabras que lo conforman están bien escogidas, no solo explica al lector de que se trata la publicación.

2.1.2.11. LOS TITULARES

Un jefe de sección insistirá siempre en que un titular es tan decisivo para animar al lector a leer el texto como su maquetación. El titular crea un lazo poderoso entre la publicación y el lector, por lo tanto son vitales un tamaño, un tratamiento y una colocación adecuados.

2.1.3. LA IMAGEN

Según HARRIS, Pau. (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 de diseñador”.

2.1.3.1. EL TRATAMIENTO DE LAS IMÁGENES

Las imágenes y el uso que el diseñador haga de ellas tienen un impacto enorme en la sensación que genera una publicación.

2.1.3.2. DISTRIBUCIÓN DE TEXTO E IMÁGENES

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

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

2.1.3.3. FOTOGRAFÍA

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

2.1.4. LOS SUBTÍTULOS

Los subtítulos son útiles en noticias y artículos muy extensos, en los que la cantidad de texto puede desalentar su lectura o en los que el lector puede estar intentando localizar un aspecto concreto de la historia.

Los subtítulos pueden emplearse para abrir nuevas secciones, dividir en capítulos la pieza o indicar un cambio de tema.

2.1.4.1. EL CUERPO DE TEXTO

Zappaterra, Y. (2007). Diseño Editorial: periódicos y revistas Martin Venezky, director artístico de Speak expresa: “Un diseñador tiene que estar dispuesto a leer el material, a discutirlo en profundidad y con pasión, así como a desarrollar componentes visuales que expandan la lectura pero que sean al tiempo operativos dentro de la arquitectura de la publicación.” (Pg.64).

En muchas publicaciones lo que atrae la atención de los lectores es el diseño, pero si el contenido textual o el cuerpo de texto no está a la altura de las expectativas creadas, las venta no serán las esperadas.

La relación y el compromiso del diseñador con el cuerpo de texto, es por lo tanto doble: por una parte, tiene que trabajar con sus principales requisitos y características, seleccionar el tipo de columnas para reflejar tanto la identidad corporativa como el contenido de cada artículo; pero por otra parte, también tiene que contribuir con sus ideas y conocimiento de las tendencias para crear un contenido dinámico.

2.1.4.2. ESPACIOS EN BLANCO

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

2.1.4.3. LOS MÁRGENES

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

Se deduce, que la medida de los márgenes no es fija en ningún caso en el campo de autoedición o maquetación de profesionales, estos por defecto presentan unos márgenes predefinidos para cada clase de publicación.

2.1.4.4. LAS TABULACIONES DEL TEXTO

Dentro del conjunto de ilustraciones, se debe tener en cuenta la alineación del texto, sea ésta: de textos a la izquierda, a la derecha, justificados, centrados y asimétricos.

2.1.5. COMPONENTES PRINCIPALES DE UNA MAQUETA

2.1.5.1. PLANTILLAS

En los periódicos y las secciones de noticias de las revista contar con plantillas flexibles acelera los procesos de maquetación y producción y confiere a las páginas y al conjunto del diseño una cohesión que de otra manera podría perderse en los días y horas últimos previos al envío de la publicación a la imprenta.

Zappaterra, Y. (2007). Diseño Editorial: periódicos y revistas establece: “Las plantillas simplifican todos los aspectos de la arquitectura de una página, pero también limitan su diseño, por lo que hay que poner los medios para que las páginas no resulten demasiado parecidas.” (Pg.77).

2.1.5.2. RETÍCULAS

Similares a los planos en arquitectura, las retículas o cuadrículas son conjuntos invisibles de guías o sistemas de coordenadas que ayudan al diseñador a determinar la ubicación y el uso del texto, las imágenes y otros elementos como los blancos de página, los márgenes y los folios. 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 este no se adapte a esa estructura establecida, tendremos que modificar la retícula, ya que no es aconsejable que forcemos el material.

2.1.5.3. TIPOS DE RETÍCULAS

- **Retícula de Manuscrito.** Estructura de base rectangular, ocupa la mayor parte de una página. Acoge textos largos y continuos, tiene una estructura principal (margen y texto) y estructuras secundarias que se definen otros detalles como folio, título de capítulo, notas de pie, numeración, etc.



Fuente: Diseñas con y sin retícula de Timothy Samara/ Págs. 1-29

- **Retícula de Columnas.** Sirve cuando se presenta información discontinua, así se disponen entre columnas verticales, es de carácter flexible y se utiliza para separar diversos tipos información, por ejemplo: columnas para texto y otras para imágenes.



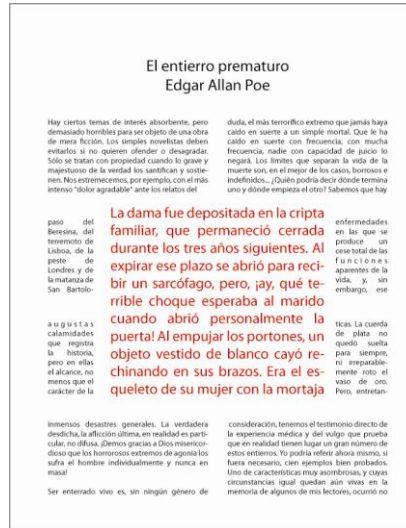
Fuente: Diseñas con y sin retícula de Timothy Samara/ Págs. 1-29

- **Retícula Modular.** Sirve para proyectos complejos. Los módulos pueden ser verticales u horizontales variando de la organización de las imágenes. Retículas que sirven para diagramar periódicos, sistemas de diseño de información tabulada como cuadros, formularios, programaciones, etc.



Fuente: Diseñas con y sin retícula de Timothy Samara/ Págs. 1-29

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



Fuente: Diseñas con y sin retícula de Timothy Samara/ Págs. 1-29

El trabajo con retículas significa someterse a leyes de: orden, claridad, concentración y objetividad, racionalización.

2.1.5.4. LAS PLANTILLAS

Una vez establecido la retícula se configuran las plantillas para las diferentes secciones, las páginas de noticia, los artículos, las secciones posteriores, etc. Las plantillas han de ser lo suficientemente flexibles para permitir máxima versatilidad e individualidad en páginas y dobles páginas, pero también tienen que diseñarse sensatamente para que se puedan usar en todo momento los principales elementos de diseño: caja de texto, columnas, cajas para las imágenes, para los pies, etc.

2.1.5.5. LA PAGINACIÓN

Es el orden en el que se muestra el contenido editorial. Es esencial, porque la manera en la que las paginas fluyen y se siguen unas a otras

determina el ritmo y el equilibrio de una publicación y vela por que las dobles planas de contenido similar estén suficientemente distanciadas entre sí.

2.1.5.6. LA SELECCIÓN DEL PAPEL

Zappaterra, Y. (2007). Diseño Editorial: periódicos y revistas establece: “la selección del papel es vital para el tacto, el tono y el aspecto que trasmite una publicación porque afecta a su expresión y a la reproducción de sus contenidos.” (Pg.124).

2.1.5.7. EL FORMATO

El formato de una revista es definido por la forma y el tamaño de una página, el formato más común, el A4, viene determinado por la anchura de los rollos de papel y el tamaño del tambor de las imprentas offset que se utilizan para imprimir libros y revista.

Un formato muy grande o con una forma atípica puede ser una incomodidad si se desea guardar o archivar para futuras consultas.

2.1.5.8. LA ELECCIÓN Y USO DE LA TIPOGRAFÍA

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.

Zappaterra, Y. (2007). Diseño Editorial: periódicos y revistas expresa: “Toda publicación tiene que suponer una experiencia agradable, accesible y relevante para sus lectores, y eso se consigue en gran parte mediante el uso de la tipografía.” (Pg.128).

Aicher O. y Krampen M. (2008). Sistemas de signos en la comunicación visual expresa: “En los primeros signos de escritura, cada signo nos expresa una idea, un concepto o una cosa; estos signos se combinan entre sí para comunicar ideas más complejas. Estos sistemas de escritura son los pictogramáticos, jeroglíficos e ideogramáticos” (Pg. 15).

2.1.5.9. 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 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 esta es clave, por ejemplo, para la elección de las imágenes y para el uso del color.

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.

A demás se debe considerar algunos centímetros más en el lado del pliego en el que las pinzas de las maquinas impresoras toman el papel al momento de imprimir

2.1.6. GAMA CROMÁTICA

En nuestra guía es muy importante el uso de una gama cromática apropiada, gracias a ello conseguimos tener una buena presentación, que sea llamativa al target dirigido, utilizar un color de la manera apropiada

nos ayuda en reflejar una idea, a complementar una imagen y los más importante transmitir sentimientos a través del color.

2.1.6.1. EL COLOR DESDE EL DISEÑO GRÁFICO

Se debe tomar en cuenta para la correcta percepción y utilización del color en diseño lo siguiente:

- **Impacto emocional:** La psicología cree que el color hace más que solamente impactar nuestro sistema visual.. Se cree que algunas reacciones que afectan el estado de ánimo ocurren como resultado de la exposición a ciertos colores (rojo para estimular, azul para calmar, entre otras).
- **Enfoque del usuario:** Cuando hablamos de aplicaciones, podemos controlar o guiar al usuario sobre qué camino seguir. Si bien no podemos controlar el foco del usuario, podemos utilizar métodos subliminales y el color es una de las formas de hacerlo.
- **Efectividad en comunicar la información:** Estudios recientes han demostrado que las clásicas páginas blancas con letras negras no serían el ideal para la visualización humana. Es mejor si el contraste se atenúa, utilizando por ejemplo colores pastel de fondo con textos oscuros.
- **Efectos de las combinaciones:** Si pensamos en las versiones impresas, sus costos siempre implican que utilicemos menos colores. En el caso web, hay completa libertad para usar la cantidad de tonos que necesitemos, por lo que se pueden explorar combinaciones que favorezcan nuestro diseño y de esa manera agregar valor.
- **Impacto y límites de la variedad:** Al elegir entre tanta variedad de colores y sus combinaciones cómo decidimos cuántos y cuáles son

necesarios (o suficientes). En el uso del color hay un rango de colores que se podría denominar “justo” para aplicar en diseño, y sería, siempre utilizar entre 3 y 5 colores.

- **Sugestión subliminal:** Quizás no existan pruebas fehacientes, pero los mensajes subliminales y sus efectos continúan siendo estudiados por la psicología, y son denominados estímulos y estímulos negativos. En el caso de los estímulos negativos, se puede provocar en la persona, un retraso en identificar lo que se quiere transmitir, aun cuando es obvio.
- **Color como factor de accesibilidad:** Crease o no, los colores también tienen una teoría de accesibilidad, existen millones de personas que no pueden percibir los colores en su totalidad, incluso, miles que, con problemas oftalmológicos solo ven las cosas borrosas. Se puede alcanzar ese límite también.

2.1.7. ESTEREOSCOPIA

La estereoscopia es cualquier técnica capaz de recoger información visual tridimensional y/o crear la ilusión de profundidad mediante una imagen estereográfica, un estereograma, o una imagen 3D (tridimensional). La ilusión de la profundidad en una fotografía, película, u otra imagen bidimensional se crea presentando una imagen ligeramente diferente para cada ojo, como ocurre en nuestra forma habitual de ver. Muchas pantallas 3D usan este método para transmitir imágenes. Fue inventado por Sir Charles Wheatstone en 1840.

La fotografía estereoscópica tradicional consiste en el crear una ilusión 3D a partir de un par de imágenes 2D. La forma más sencilla de crear en el cerebro la percepción de profundidad es proporcionando a los ojos del espectador dos imágenes diferentes, que representan dos perspectivas

del mismo objeto, con una pequeña desviación similar a las perspectivas que de forma natural reciben los ojos en la visión binocular.

Si se quiere evitar la fatiga visual y la distorsión, cada una de las imágenes 2D se debe presentar preferiblemente al ojo correspondiente del espectador de tal manera que cualquier objeto a distancia infinita percibido por el espectador debe ser percibido por ese ojo mientras está orientado justo derecho hacia adelante, los ojos del espectador no son cruzados ni divergen. Cuando la imagen no contiene ningún objeto de distancia infinita, como un horizonte o una nube, las imágenes deben ser espaciadas correspondientemente más cerca.

2.1.7.1. ANAGLIFOS

Las imágenes de anaglifo o anaglifos son imágenes de dos dimensiones capaces de provocar un efecto tridimensional, cuando se ven con lentes especiales (lentes de color diferente para cada ojo).

Las imágenes de anaglifo se componen de dos capas de color, superpuestas pero movidas ligeramente una respecto a la otra para producir el efecto de profundidad. Usualmente, el objeto principal está en el centro, mientras que lo de alrededor y el fondo está movido lateralmente en direcciones opuestas. La imagen contiene dos imágenes filtradas por color, una para cada ojo. Cuando se ve a través de las Gafas anaglifo, se revelará una imagen tridimensional.

2.1.8. TURISMO

La organización mundial del turismo (OMT) define el turismo de la siguiente manera: El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos de su

residencia habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, de negocios y otros.

De esta definición, ampliamente aceptada por la mayoría de los países con fines estadísticos y de planificación, destacamos tres conceptos fundamentales:

- El viaje a otros lugares fuera del entorno habitual.
- La motivación de los viajeros.
- Las actividades que se desarrollan en el entorno turístico.

En las acciones de marketing turístico, la comunicación gráfica con fines de promoción, más aun en el caso particular de una guía turística, es una herramienta fundamental para incrementar las ventas y así lograr el tan buscado éxito.

En este contexto, es muy importante tener en cuenta el lenguaje que caracteriza al ámbito turístico y los rasgos particulares que hacen la diferencia entre éste y otros negocios o mercados.

Una imagen vale más que mil palabras, dice el saber popular, y en promoción turística, la sentencia se cumple cabalmente.

2.1.8.1. TIPOS DE TURISMO

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

Turismo cultural: es aquel que tiene como motivación el acercamiento al patrimonio del lugar visitado. Tiene como fin conocer las ciudades, museos y monumentos que tengan valor histórico y/o artístico.

Turismo rural: se realiza en pequeñas localidades rurales en las que es posible el contacto con la naturaleza. La paz del campo, la flora, la fauna y la belleza de los paisajes son sus grandes atractivos.

Turismo natural: se caracteriza por visitar destinos en los que el principal encanto es la naturaleza. En este turismo destacan los parques nacionales y parques, parajes y reservas naturales.

Turismo gastronómico: se trata de un tipo de turismo en el que los protagonistas son la comida y bebida típicas de un país o de una región. En toda Europa existen numerosas rutas y fiestas gastronómicas.

2.1.8.2. GUÍA TURÍSTICA

Es la información fundamental que necesita un turista, para la planificación de un viaje, por lo que una de sus funciones es entregar al visitante información en donde no se representa a un país en su totalidad sino exclusivamente en función como destino turístico.

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

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

percepciones creando infinitos deseos, transportando así al espectador al lugar fotografiado.

2.1.8.2.1. PARTES DE UNA GUÍA TURÍSTICA

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

- Portada.
- Índice.
- Iconografía.
- Señalética que ubiquen rutas para realizar caminatas por la ciudad.
- Mapa o mapas ampliado/s de la zona.
- Zonas turísticas y lugares de interés etc.
- Recorridos turísticos.
- Alojamiento.
- Puntos de interés turístico.
- Formas de moverse o transportarse.
- Tradiciones y costumbres.
- Datos históricos, informaciones relevantes o curiosidades sobre estos lugares.
- Museos más relevantes, galerías de arte, teatros.
- Mejores discotecas, tabernas o cafeterías y espectáculos.
- Lugares más importantes como: Museos, iglesias, lugares de encuentro, actividades en general, actividades de tiempo libre, recorridos a pie indicando que se debe ver en cada uno de ellos.
- Lugares más recomendables para realizar compras, para pasear, para comer, etc.

- Direcciones exactas del lugar o lugares, precios, horario de atención, etc.
- Información resumida y clara.
- Centros asistenciales de salud, policía, números telefónicos.
- Datos útiles y prácticos de cómo organizar el viaje, que hacer a la llegada a la ciudad, como desplazarse, donde informarse, datos para discapacitados, datos sobre dinero y comunicaciones, datos sobre seguridad y salud, sobre excursiones, sobre agencias que se dedican a hacer recorridos por la ciudad para turistas, datos sobre cómo evitar aglomeraciones, información sobre compras, donde alojarse etc.
- Edición en varios idiomas.

2.1.8.2.2. ELEMENTOS DE UNA GUÍA TURÍSTICA

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

Por ello se deben observar los siguientes aspectos técnicos:

- a) La fotografía:** Considerado como un elemento esencial es el encuadre de la fotografía, puesto que si esta está bien ubicada va a atraer la mirada de los lectores e incluso incentivarlos a conocer el lugar.
- b) Los colores:** Comprende el lograr exactitud en la reproducción del color para permitir el desarrollo de la expresión e interpretación personal. Una de los caminos para lograrlo es buscar deliberadamente imágenes que aislen pequeños elementos del sujeto y presentarlos de tal forma que se cambie su papel e importancia original del documento elaborado.

Haciéndolo así, la fotografía resultante toma un nuevo significado y es una manifestación más personal.

c) Forma y contraforma: Se produce cuando los signos tipográficos impresos sobre el papel blanco cautivan, activan y regularizan la luz; solo pueden percibirse en conjunción con el área no impresa. El valor impreso engendra su contravalor, y los dos juntos determinan la forma general. Lo no impreso no es, por lo tanto, un vacío indefinido, sino un elemento esencial de lo impreso. El espacio interior blanco de una letra contribuye a su forma, y el diseñador de tipos deberá equilibrar constantemente forma y contra-forma cuando los crea necesario.

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

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

El color es otro de los aspectos importantes con que se cuenta, puesto que facilita la interpretación de un texto en términos visuales: estilo y cuerpo de los caracteres, combinación de diferentes estilos y cuerpos,

espacios entre letras, inversión o intercambio de letras, desviaciones de la línea de tipo.

2.1.9. EL TURISMO EN IMBABURA- CIUDAD DE OTAVALO

Imbabura, ubicada en la zona norte de la región Sierra, muy cerca de la frontera con Colombia y en ella sus residentes han desarrollado actividades industriales, comerciales, empresariales y culturales vinculadas con el turismo, llegando a posicionarla como una de las “provincias turísticas” del Ecuador.

Desde Quito, la capital del país, los turistas nacionales y extranjeros, por vía terrestre, inician su viaje hacia la zona norte del país y en menos de dos horas visualizan la “Provincia Azul” del Imbabura, llamada así por las espectaculares tonalidades azules que reflejan sus lagos, lagunas y cielo, colores que inclusive se proyectan sobre los relieves montañosos, llegando a inspirar a pintores y poetas, para crear esta color a través de sus pinceles y sus emotivos versos.

Otavalo conocido como el “Valle del Amanecer”, turísticamente es el cantón más importante de la Provincia de Imbabura, es también asentamiento de la prospera Comunidad Indígena, los Otavalos, quienes han recorrido todo el mundo difundiendo su famoso Mercado Indígena y llevando consigo su música y arte. La ciudad de Otavalo es una mezcla de historia, costumbres, cultura y folclore. Ella le ofrece la posibilidad de disfrutar de hermosos paisajes naturales, conocer su diversidad étnica, descubrir costumbres ancestrales, admirar el ingenio y destreza en sus trabajos manuales.

La feria de artesanías de Otavalo es la más famosa del Ecuador. Aquí se ofrecen desde los ponchos y tapices de lana hasta los sombreros de Panamá. De casi todas las regiones hay artesanías de encontrar: De

Montecristi, Jipijapa y de Cuenca los lindos sombreros de Panamá. Los tejidos de lana de los pueblos cercanos de Otavalo, de San Pablo, ropa de cuero de Cotacachi, cerámica de la Esperanza, artesanías de los Salasacas, artículos de cocina y zapatos, otros. Aparte de la feria de artesanías hay temprano una feria de ganado por la mañana. Los alrededores de Otavalo invitan a diferentes excursiones. El lago de San Pablo con el pueblo del mismo nombre queda al sur cerca de Otavalo.

2.1.9.1. RECURSOS TURÍSTICOS

Recurso Turístico son aquellos elementos existentes en una región determinada ya sean tangibles e intangibles, los cuales manejados racionalmente se puedan comercializar como un producto. Para que el Recurso Turístico se convierta en una " materia prima " utilizables requiere de su combinación en un producto turístico completo el cual viene dado por los propios recursos, la oferta turística complementaria, de alojamiento, también por los servicios generales, la formación del personal en contacto, las tipologías edificatorias, la infraestructura, el transporte, etc.

La cultura es la herencia tradicional o social históricamente acumulada es decir lo no genético, lo aprendido, lo adquirido en la sociedad. Por lo tanto está vinculada con la historia e incluye simples ideas, pautas y valores.

2.1.9.2. HISTORIA

Los orígenes de Otavalo se remontan a algunos miles de años cuando grupos humanos que migraban desde el norte decidieron sentarse en un área que hoy comprende las comunidades indígenas de Huaycopungo, Tocagón y Caluqui, al suroriente y a orillas de la laguna de San Pablo. Ya en este lugar, desarrollaron varios conocimientos sobre astronomía,

agricultura, medicina y otras áreas de la ciencia que les permitió sentar las bases de una cosmovisión propia. Este proceso de desarrollo se vio interrumpido por la incursión Inca desde el Perú aproximadamente hace cinco siglos. En tales circunstancias, Otavalo formó parte importante de una confederación de pueblos tiempo después del cual fueron vencidos a orillas de la laguna de Yahuarcocha.

Más tarde cuando aún no lograban reestructurar su nivel organizativo, fueron testigos de la llegada de los españoles. Como parte de este nuevo proceso de conquista y colonización,

Otavalo fue reubicado en el actual valle y fundado por Sebastián de Benalcázar en el mismo año que fuera fundado Quito, es decir en 1534 fecha desde donde alcanzó importancia como Corregimiento, luego como Villa y finalmente el 31 de octubre de 1829 como Ciudad por Decreto del Libertador Simón Bolívar constituyéndose así, en un referente de desarrollo histórico, social, cultural y económico del norte del país. Por ello en la actualidad, Otavalo es una de las regiones más importantes del Ecuador gracias al trabajo incansable de su gente que no ha olvidado su origen, su cultura y su identidad.

2.1.9.3. TRADICIONES Y COSTUMBRES

Las tradiciones y costumbres que se practica en la cotidianidad de este pueblo son el resultado de un proceso socio-histórico en el que se han dado adaptaciones a las nuevas realidades.

Con la incursión inca se dieron algunas fusiones no así en la época de la conquista y colonización española que en cambio las trató de extinguir sin conseguirlo. El sincretismo religioso y la tradición oral fueron estrategias de supervivencia que adoptó la gente permitiendo así que la

cultura pueda mantenerse y se revitalice a través del tiempo para que hoy se la pueda compartir con el mundo.

Las costumbres y tradiciones que hoy se practican son mucho más que ritos, música o danza considerados como manifestaciones folclóricas.

Trasciende al arte en sus múltiples expresiones, a la preparación de los alimentos, a la vestimenta, a los juegos, a la agricultura y al trabajo cotidiano que el pueblo indígena y mestizo los comparte en varios espacios que permiten ir fortaleciendo las relaciones interétnicas y facilitando la interculturalidad en favor del desarrollo de los pueblos. Las costumbres más relevantes y conocidas del cantón son las siguientes:

LA FIESTA DEL INTI RAYMI

Las fiestas mayores del sol o Inti Raymi se celebran en junio, en el solsticio de verano. Se inician el 21 de junio con el baño ritual, que es un acto de purificación que se enmarca dentro del calendario agrícola y la cosecha del maíz. Constituye una de las manifestaciones más destacadas de la cultura indígena por su colorido, vestuario, música y danza. En este cantón la comunidad indígena practica esta fiesta tomándose simbólicamente la plaza de la ciudad desde los cuatro puntos cardinales, lo que se denomina JATUN PUNCHA.

La fiesta del Inti Raymi se celebra con el fin de adorar el agua, la tierra y el SOL, propia de los indígenas, posteriormente llamada por los españoles fiesta de "San Juan".

El Inti Raymi está relacionado con el solsticio de verano y coincide con la época de la maduración de los productos. El Inti Raymi es conocido también como la fiesta de la segunda abundancia'. La primera es en marzo, y la tercera en septiembre. A la llegada del mes de junio, se sabe que los preparativos empezaban con mucha anterioridad, los capitanes o

jefes de cuadrillas de las distintas comunidades participantes se sometían a los llamados baños sagrados en cascadas y el objetivo era interiorizar los poderes negativos del diablo Uma o Supay para ganar la pelea. Al término de la fiesta regresaban a la fuente para las clásicas limpias. Luego se realizaban las peregrinaciones por el poblado, y en todos los patios de las casa se llenaban las mesas con chicha y cuyes para todos.

Al siguiente día la alteración del orden era evidente. Por las esquinas aparecían los sacharunas, curiangues, diablitos danzante, etc., que bailaban al son de los pingullos y tambores. Toda esta algarabía tenía un solo propósito, tomarse la plaza de San Juan cerca de Otavalo. La toma de la plaza se hacía a la fuerza, la pelea es cuerpo a cuerpo, con piedras, palos, y cabrestos de rabo de toro, dejando como resultado muertos y heridos; la pelea ritual tiene una visión de purificación, para que el resto del año se pueda vivir en completa armonía.

Esta toma simbólica del espacio físico que antes les pertenecía, y que luego les fue negado a los indígenas, es una forma de denuncia de éstos, para con el patrón quien pierde en esta celebración su posición jerárquica, y los indígenas en los patios de las haciendas adquieren poder. El Aya Uma es el que lidera a los bailarines, usa una máscara con dos caras y doce cuernos, las dos caras representan noche y día, y los cuernos representan los doce meses del año. Los bailarines circundan en círculos, representando los dos solsticios y dos equinoccios que ocurren durante el año. Los bailarines estampan sus pies en el piso como una manera de invitar a la madre tierra a que participe en la celebración, de modo que recupere sus energías vitales y esté lista para comenzar el nuevo ciclo agrícola.

Esta celebración, llena de color, de música y de tradiciones se enciende por varios días y en algunas comunidades incluso por semanas. El Inti Raymi es una época de la reunión con la familia, la comunidad y la madre tierra.

FIESTA DEL CORAZA

El Coraza es una festividad ritual milenaria en las comunidades aledañas a la parroquia San Rafael del cantón Otavalo. Tradicionalmente se realiza en la Semana Santa (mes de los primeros granos de la chakra) y en el mes de agosto (mes del descanso de la Pacha-mama).

El Coraza ha acogido y andinizado factores culturales impuestos en su proceso de existencia. En la festividad ritual de El Coraza, las comunidades viven la religiosidad ancestral centrada en el ciclo agrícola anual del maíz y divinidades supremas: Atsill-Pachakamak y Pacha-Mama.

2.1.9.4. ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE OTAVALO

LAGO SAN PABLO

Es un hermoso ojo de agua custodiado por el volcán Imbabura, está ubicado a 2,670 msnm y a tan solo 5 minutos de Otavalo. Entre la vegetación que rodea la laguna predomina la Totora una de las materias primas más importantes para los artesanos locales, utilizada en la fabricación de tapetes y esteras. La fauna es bastante también variada, siendo posible observar con facilidad hermosas Garzas Blancas y Patos Salvajes, entre muchas otras especies de aves y anfibios que llenan la laguna y sus alrededores de vida.

CASCADA DE PEGUCHE

Esta hermosa caída de agua es alimentada por las aguas de la Laguna San Pablo, la fuerza del agua y el paso del tiempo han tallado un cañón, agregando aún más diversidad al paisaje. Esta zona alberga una gran variedad de animales y plantas, propios de los valles interandinos, por eso no olvide visitar la Cascada de Peguche.

Durante el solsticio de verano (22 de diciembre) los pobladores de las comunidades cercanas acuden en la noche a darse un baño ritual con las aguas de la cascada, esta ceremonia los prepara espiritualmente para el nuevo ciclo que se inicia, tanto en sus campos como en sus propias vidas. Este ritual da inicio a una serie de celebraciones que se prolongan por unos días y que son el reflejo del enorme respeto que esta gente guarda hacia la naturaleza. Esta catarata es un excelente lugar para descansar y sentir la vibración de uno de los lugares más sagrados de la región.

VOLCÁN IMBABURA

El Imbabura es un volcán apagado que alcanza los 4,560 msnm, el ascenso es recomendado como parte de la aclimatación y preparación si desea ascender otros volcanes o montañas del Ecuador. La flora y fauna de los bosques que rodean al Imbabura es bastante diversa permitiéndole descubrir un poco más acerca de la diversidad natural de la zona.

Para las comunidades indígenas locales en cambio el verdadero nombre es, Imbakucha (que proviene de un antiguo dialecto de la zona) y alcanza la categoría de deidad. Es común oír entre los pobladores mitos y leyendas que hablan sobre este dios protector al que llaman con cariño "Tayta Imbabura".

CERRO CUSIN

El Cerro Cusin está ubicado al este del Volcán Imbabura, en sus alrededores habita la etnia Kichwa Cayambi, dispersa en varias comunidades nativas, entre las que se encuentran los Pijal, Gualaví y Angla. Junto a la Comunidad de Pijal fue descubierto un sitio arqueológico que ha llamado la atención de los investigadores por el hallazgo de "camellones" (técnica de cultivo). Este sitio arqueológico, así como las comunidades nativas pueden ser visitados en la actualidad.

LAGUNAS DE MOJANDA

Este es tal vez uno de los escenarios más hermosos de la región de Otavalo, ubicado a sólo 16 km de la ciudad. Las tres lagunas están rodeadas de pajonales y bosques nativos creando una biodiversidad típica de Páramo Septentrional Andino.

La laguna grande conocida como Karikucha es de origen volcánico, cerca de ella se encuentran la Warmikucha o laguna hembra y la Yanakucha o laguna negra, todas ellas lograrán transmitirle la tranquilidad de sus aguas y la vida de su entorno.

CERRO FUYA FUYA

Uno de los destinos favoritos de los andinistas, para acceder a la cumbre existen tres senderos de dificultad moderada pero, que requieren de gran esfuerzo debido a la altura (4.263 msnm). Una vez en la cima la recompensa será enorme, desde ahí tendrá una vista espectacular de los Volcanes Imbabura, Cotacachi y Cayambe, así como de los hermosos valles alto andinos. El Fuya Fuya es preferido por los turistas que gustan del andinismo en sus diferentes especialidades. En el sector existen tres senderos que llevan a la cumbre del cerro desde donde se puede divisar la cumbre de los volcanes Imbabura, Cotacachi y Cayambe. La belleza paisajística que ofrece el sector es incomparable. Se puede ascender al cerro Fuya Fuya que es el pico más alto que rodean las lagunas de Mojanda y desde su cima observar gran parte del callejón interandino de la Sierra Norte del Ecuador.

PUCARA DE REY LOMA

Esta colina ubicada entre Otavalo y la Laguna de San Pablo, debe su importancia a que fue uno de los principales lugares de resistencia de las poblaciones locales contra el dominio Inca. Además, en la cima del

Pucara de Rey Loma se halla un espécimen de El lechero, un árbol sagrado dentro de la cosmovisión local. Este sitio es visitado también porque ofrece una vista a espectacular de la Laguna de San Pablo, el Volcán Imbabura y el Valle de Otavalo.

Fuente: <http://valledelamanecer.com/turismo/atractivos-en-otavalo>
<http://www.puertolago.com/esp/turismo-en-otavalo-cotacachi-atuntaqui-ibarra-ecuador/turismo-en-otavalo-imbabura-ecuador.html>

2.2. POSICIONAMIENTO TEÓRICO PERSONAL

Para realizar el estudio de los atractivos turísticos del cantón Otavalo, se adoptara la metodología de Fausto Garcés: “Guía Metodológica para Desarrollo de Proyectos de Ecoturismo”, especialmente en lo concerniente a la clasificación de los atractivos turísticos. Para que la “Demanda del Turismo” sea enfocada con visión de futuro es necesario conocer en detalle los factores involucrados en el entorno competitivo del sector específico, es decir, los servicios que se presta a todo nivel a un turista, para mejorarlos y luego promoverlos de la manera más acertada.

2.3. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Anáglifos: Son imágenes de dos dimensiones capaces de provocar un efecto tridimensional, cuando se ven con lentes especiales.

Apertura: El ajuste del diafragma de la lente, medible mediante el número f, el cual controla la cantidad de luz que pasa a través del objetivo.

Atractivo turístico: Bien tangible o intangible que propende a una motivación de visitación por parte de la demanda (turista – visitante).

Aventura: Es una experiencia de naturaleza arriesgada normalmente compuesta de eventos inesperados.

Balanza Turística: Confrontación del ingreso de divisas, producto de la entrada de visitantes extranjeros en un Estado con el egreso de divisas efectuadas por sus nacionales que salen al extranjero.

Carácter: Es la representación gráfica de un sonido. Es decir que “a” y “A” son el mismo carácter representado en minúscula y en mayúscula respectivamente.

Cuerpo: Define la dimensión del carácter tipográfico. Su medida refiere al tipo móvil, y corresponde al tamaño de la letra, más el espacio correspondiente al hombro superior y al hombro inferior.

Cuerpo de texto: Elemento o bloque principal de una pieza de texto editorial (en oposición al titular, la entradilla o los pies e ilustración).

Cursiva: El término “cursiva” designa a la tipografía cuya apariencia se asemeja o está inspirada en la tipografía manual. También se la denomina “tipografía de mano”. En algunos programas informáticos se denomina así a la versión inclinada de la letra.

Destacados: pequeños fragmentos del texto que se resaltan con una tipografía más grande y se intercalan en el medio del cuerpo.

Diagramación: termino equivalente al de maquetación para designar el proceso de composición de una página de una publicación.

Doble página: el conjunto que forman dos páginas contiguas, par e impar, de una publicación.

Ecoturismo: Turismo de visitas a las áreas geográficas relativamente inalterables con la finalidad de disfrutar y apreciar sus atractivos naturales o culturales.

Enfoque: El ajuste que sitúa el punto más nítido de la imagen donde se desee.

Entradilla: bloque de texto que acompaña al titular y lo expande, proporciona más información sobre el artículo e introduce de esta manera a los lectores en el mismo.

Eslogan: línea de texto corta y pegadiza que suele figurar en la portada y concentra el mensaje y el tono de la publicación.

Estilo: Conjunto conformado por familias tipográficas que presentan determinadas constantes formales. En este libro se plantean diez estilos: Romanas antiguas, Romanas modernas, Egipcias, Geométricas, Neogrotescas, Humanistas, Gestuales, Caligráficas, Góticas y Decorativas.

Estructura: es el conjunto de recursos que se desarrollan sobre la infraestructura concurriendo en la prestación de los servicios turísticos y comprende: alojamiento, restaurante, instalaciones recreativas, agencias de turismo, oficinas de información, empresas de transportes y otras.

Estructura tipográfica: Esqueleto o forma básica y fundamental de la tipografía, que permite entender a la letra como tal.

Familia: En tipografía refiere al conjunto o sistema completo de tipos (alfabeto, números, signos de puntuación, signos especiales, etc.) que presentan coherencia formal, respetando el estilo tipográfico. La familia incluye todas las posibilidades de variables (de tono, de proporción y de inclinación). Hoy existen también superfamilias o familias seriales, que presentan sistemas completos que abarcan más de un estilo.

Familia tipográfica: término que engloba a los diversos modelos de la letra que presentan unas características o estilos similares.

Filtros fotográficos: Se sitúan entre el sujeto a fotografiar y el captor, pudiendo situarse por delante o detrás del objetivo.

Folio: el número de la página tal como se muestra en la maquetación.

Fotografía estereoscópica: fotografía que reproduce los objetos sobre una superficie plana y la ilusión de la profundidad es lograda exclusivamente gracias a la perspectiva y al claro-oscuro.

Fuente: es un anglicismo, adoptado desde hace unas décadas y especialmente con la informatización de la composición y el diseño.

Garalda: Nombre dado al estilo de las tipografías Romanas Antiguas. La nomenclatura hace referencia al tipógrafo Claude Garamond (París, 1490-1561), cuyo diseño tipográfico es exponente del estilo referido.

Glifo: Se denomina así a las representaciones gráficas de un carácter. Por ejemplo “a” y “A” son diferentes glifos de un mismo carácter.

Guía Turística: Expresión que designa los fascículos, libros u otro tipo de publicación que tiene como fin esencial dotar al turista de la información histórica, artística, de servicios de un lugar.

Gráficos 3D: Se refiere a trabajos de arte gráfico que son creados con ayuda de computadoras y programas especiales 3D.

Ideograma: es un icono, imagen convencional o símbolo, que representa un ser o una idea sin necesidad de apelar a palabras o a frases que lo expliquen.

Infraestructura: es el conjunto de medios físicos y económicos que constituyen la base de sustentación para el desarrollo de cualquier sector y por ende del turismo, comprende: aeropuerto, puerto, sistema vial (autopistas, carreteras, y caminos.), acueductos, electricidad, telecomunicaciones, instalaciones hospitalarias, transporte (aéreo, terrestre, marítimo, fluvial, ferroviario) y aseo urbano.

Interlineado (interlínea): Distancia entre dos líneas de texto. Su medida se toma de la base de una línea de texto a la base de la siguiente. Podemos encontrar: Interlineado positivo, cuando el interlineado es mayor que la medida del cuerpo tipográfico; Interlineado sólido, cuando es igual a la medida del cuerpo e Interlineado negativo cuando es menor al cuerpo tipográfico.

Itálica (italic): Versión inclinada de la tipografía. Es una variable tipográfica. Presenta una inclinación hacia la derecha de su eje vertical entre 10 y 16 grados. Su diseño particular se diferencia de la redonda o regular, pues toma características de la escritura caligráfica cancillerescas. Se utiliza en los textos entre comillas, para comunicar que es una cita textual.

Itinerario: es el recorrido establecido trazando en los mapas correspondientes y que comprende: punto de origen, punto de toque y punto definitivo del destino.

Jeroglíficos: sistema de escritura inventado por los antiguos egipcios. Fue utilizado desde la época predinástica hasta el siglo IV.

Medición: Cálculo de la exposición, de tal forma que tanto las luces altas como las sombras estén expuestas según las intenciones del fotógrafo.

Mercado turístico: Es el conjunto de compradores – visitantes y/o turistas (demanda) y vendedores (oferta) de una muy extensa, surtida y variada gama de servicios.

Oblicua: Variable de inclinación donde la morfología tipográfica no presenta mayor transformación que la inclinación de su eje vertical, entre 8 y 16 grados hacia la derecha. Se utiliza en los textos entre comillas, para comunicar que es una cita textual.

Pernoctar: Pasar la noche en un determinado lugar, especialmente si es fuera de su domicilio.

Pictograma: es un signo que representa esquemáticamente un símbolo, objeto real o figura.

Píxel: (abreviatura del término inglés "pictureelement") es uno de los miles de minúsculos puntos que aparecen en la cuadrícula de una pantalla o de una hoja impresa.

Planta turística: Está compuesta por todas las agencias ("empresas") y demás servicios que actúan directamente e indirectamente en la prestación del servicio turístico.

Producto: En términos generales, el producto es el punto central de la oferta que realiza toda empresa u organización (ya sea lucrativa o no lucrativa) a su mercado meta para satisfacer sus necesidades y deseos, con la finalidad de lograr los objetivos que persigue.

Producto turístico: Se define básicamente como la conjunción de varios atractivos que se van a valorar, los servicios que se proveerán y las actividades que se propone realizar con el visitante, dotados de una infraestructura mínima que permita la utilización y disfrute de los mismas comodidades.

Recursos Turísticos: es todo aquello que posee características que implican un atractivo para el turismo, bien sea de carácter natural de esparcimiento y recreación, histórico - cultural.

Redonda: tipo de letra normal perpendicular a la línea base; en oposición, por ejemplo la cursiva y la negrita.

Renderizado: Se llama rénder al proceso final de generar la imagen 2D o animación a partir de la escena creada.

Retícula: cuadrícula o rejilla formada por las líneas verticales y horizontales que definen las diferentes áreas de una maqueta, plano para el diseño de páginas.

Ruta: es la vía a seguir con un origen y un destino diferente, que sirve de base para la creación de los itinerarios. Lo que determina la ruta son una serie de valores paisajísticos, culturales, humanos y naturales, que realizan el centro lineal de atención.

Salto de línea: comando usado para cambiar de línea sin cambiar de párrafo con el fin de evitar rupturas indeseadas de palabras o mejorar en conjunto la forma y la apariencia de una columna o bloque de texto.

Sección de reportajes: sección intermedia de una revista dedicada a artículos de fondo.

Sensibilidad: Del medio a la intensidad de la luz y longitud de onda de cada color.

Serif (serifa, zapata, patín, remate): Trazo pequeño que remata a un asta principal de un carácter. Puede ser unilateral, es decir que se extiende a un solo lado del asta o bilateral, que se extiende hacia ambos lados del asta en forma simétrica.

Servicio: Facilidad que toda agencia, compañía, sociedad,... presta o da a quien requiera de sus servicios, afines al objetivo con el cual ésta fue creada ("caso específico: servicios turísticos).

Subtítulo: título secundario que figura a veces tras el título principal.

Tour: es un recorrido cuya duración no excede de 24 horas, se realiza de una misma localidad o sus alrededores más cercanos e incluye: transporte colectivo con o sin guía, entradas a monumentos o estacionamiento diversos en algunos casos pensión alimenticia.

Turismo: Es viajar fuera de la ciudad o lugar en que vivimos en busca de descanso entretenimiento o nuevas experiencias.

2.4. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

¿Cómo utilizar el diseño editorial para dar a conocer los atractivos turísticos del cantón Otavalo?

¿Cómo captar la atención del lector a través del diseño editorial?

¿Cómo realizar las imágenes 3D?

2.5. MATRIZ CATEGORIAL

CONCEPTO	CATEGORÍAS	DIMENSIÓN	INDICADOR
El diseño editorial es la rama del Diseño Gráfico que se especializa en la maquetación y composición de distintas publicaciones.	Diseño Editorial	Revistas Periódicos Libros	Texto Imágenes Fotografías Tipografías
Publicación que tiene como objetivo informar al turista de los servicios de un lugar.	Guía Turística	Diseños Formatos Colores	Revistas Dípticos Trípticos
Imágenes de dos dimensiones capaces de provocar un efecto tridimensional.	Imágenes 3D	Composición	Estereoscópicas Anáglifos

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación corresponde a un tipo de estudio de Proyecto Factible, que es aquel que proporciona una solución a una necesidad dentro de la promoción turística

3.1.1 DE CAMPO

Porque es en un lugar real, en donde se están produciendo los fenómenos, el mismo que ayudó a recopilar valiosa información.

3.1.2. DOCUMENTAL

La siguiente investigación está basada en medios de información como: libros, revistas, periódicos, internet y fuentes primarias (variedad de documentos)

3.2. MÉTODOS

3.2.1. MÉTODO INDUCTIVO – DEDUCTIVO.- El método inductivo es un proceso analítico, sintético, mediante el cual se parte de las causas, hechos o fenómenos particulares que permiten llegar al descubrimiento de un principio y así poder establecer cuál es la causa que más incide en el

problema planteado; mientras que el método deductivo parte del problema y establece las posibles causas que influyen en el problema, estos dos métodos facilitaron el acercamiento a la solución del problema.

3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.3.1. ENCUESTA

La técnica ayudó para tener datos de varias personas, las cuales se aplicó a los Turistas Nacionales y Extranjeros que visitaron el cantón Otavalo.

3.3.2. ENCUESTA

Posee características de confiabilidad, validez, y funcionalidad; es un instrumento confiable cuando existe coherencia entre sus partes y fundamentalmente en los resultados, es decir, es el grado en el cual un instrumento mide lo que el investigador pretende investigar en forma consistente, que no tenga fallas, que tenga exactitud, consistencia y precisión, la validez es el grado en que un instrumento sirve para evaluar el objetivo para el que se utiliza, por lo tanto facilitó este trabajo de investigación.

3.4. POBLACIÓN

Para que los datos sean exactos y reales en la presente investigación se tomara como población a los turistas nacionales y extranjeros que visitan el cantón Otavalo de acuerdo a datos proporcionados por los Anuarios de Migración Internacional – INEC. De tal manera se tiene un total de Visitantes de **45.739** (35.943 turistas extranjeros + 9.796 turistas nacionales). 1.400,000: **fuente Ministerio de Turismo**

3.5. MUESTRA

Como la población sobre pasa los 200 se procederá al cálculo de la muestra en el presente estudio de los atractivos turísticos del cantón Otavalo, con la siguiente fórmula:

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

n= Tamaño de la muestra

PQ= Varianza de la población, valor constante= 0,25

N= Población/ Universo

(N-1)= Corrección geométrica, para muestras grandes>30

E = Margen de error estadísticamente aceptable 5%

K= Coeficiente de corrección de error, valor constante=2

$$n = \frac{0,25 * 45739}{45739 - 1 \frac{0,05^2}{2^2} + 0,25}$$

$$n = \frac{11,43475}{785,38 + 0,25}$$

$$n = 398$$

CAPÍTULO IV

4.- ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. RECOLECCIÓN DE DATOS

La recolección de datos se realizó a los turistas que visitan el cantón Otavalo, mediante una encuesta se realizó preguntas objetivas que ayudan a esclarecer y a confirmar el porqué de nuestro proyecto.

4.2. ANÁLISIS DE DATOS

Los datos que se recolectaron de la encuesta se tabularon considerando todas las variables necesarias a las cuales mediante gráficos y porcentajes, nos condujeron a la exposición clara de los resultados.

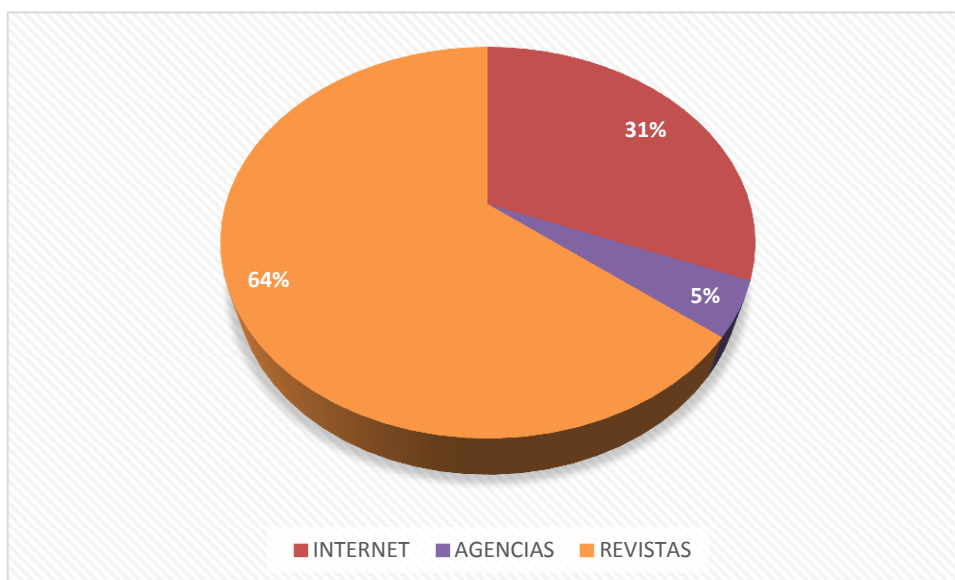
Con los datos obtenidos se elaboró el análisis en base a los porcentajes y el estudio de cada ítem para relacionarlo con el objetivo planteado.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

ENCUESTA REALIZADA A LOS TURÍSTAS NACIONALES Y EXTRANJERAS QUE VISITAN EL CANTÓN OTAVALO

1.- ¿Qué fuentes de información usa a la hora de viajar?

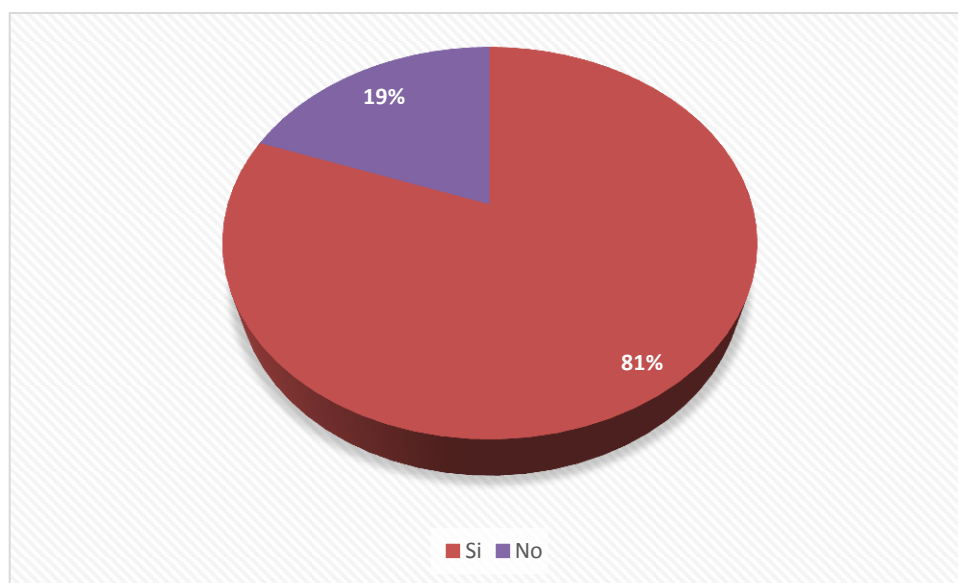
ALTERNATIVAS	F	%
Internet	124	31
Agencias u Operadoras	18	5
Revista	256	64
TOTAL	398	100%



Análisis: Por los resultados obtenidos se puede manifestar que la mayoría de las personas, prefieren utilizar una revista o guía a la hora de viajar, por tal razón la propuesta de diseño editorial de una guía turística es factible.

2.- ¿Es frecuente las visitas que usted realiza al Cantón Otavalo?

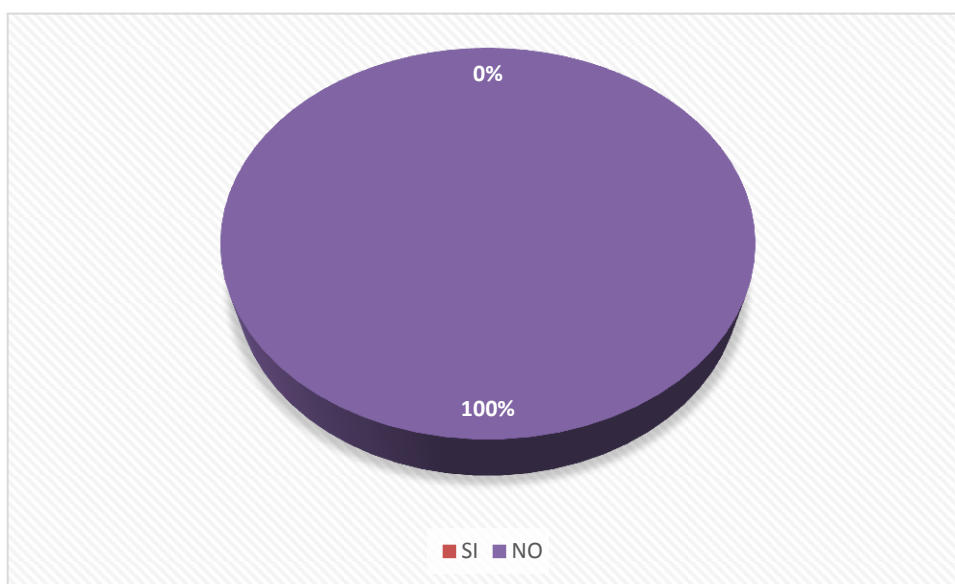
ALTERNATIVAS	F	%
Si	321	81
No	77	19
TOTAL	398	100



Análisis: Según los encuestados visitan Otavalo frecuentemente ya que es el lugar más conocido y con mayor turismo de la provincia de Imbabura, debido a su riqueza natural y cultural.

3.- ¿Ha recibido usted, de parte de las operadoras turísticas o el municipio de Otavalo, algún medio impreso que le permita tener una adecuada información turística?

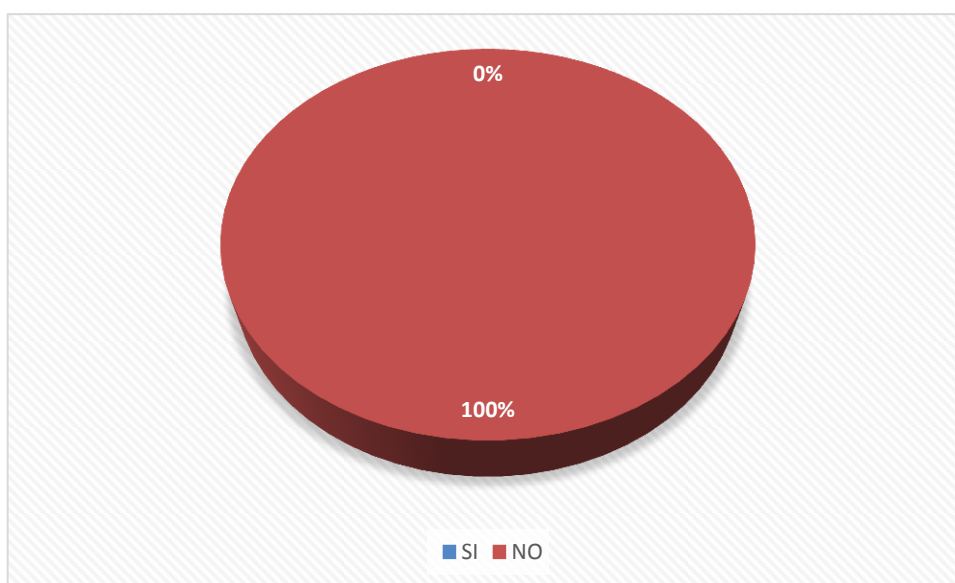
ALTERNATIVAS	F	%
Si	0	0
No	398	100
TOTAL	398	100



Análisis: Con los resultados obtenidos se puede visualizar que no existe un medio impreso que informe acerca de los lugares turísticos que tiene Otavalo, por lo que la mayoría de personas desconoce de los mismos.

4.- ¿Conoce o ha recibido alguna guía turística del Cantón Otavalo?

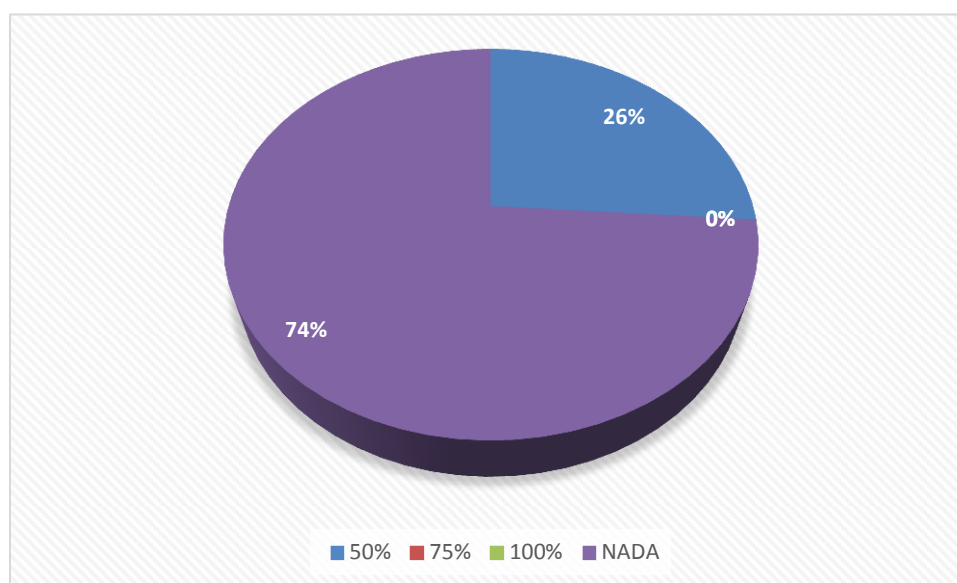
ALTERNATIVAS	F	%
Si	0	0
No	398	100
TOTAL	398	100



Análisis: Con los resultados obtenidos se puede visualizar que las personas desconocen de una guía turística o un medio impreso por parte del Municipio de Otavalo, acerca de los lugares turísticos que este cuenta, que ayude a los turistas.

5.- ¿Qué porcentaje de difusión cree que existe sobre el turismo de Otavalo?

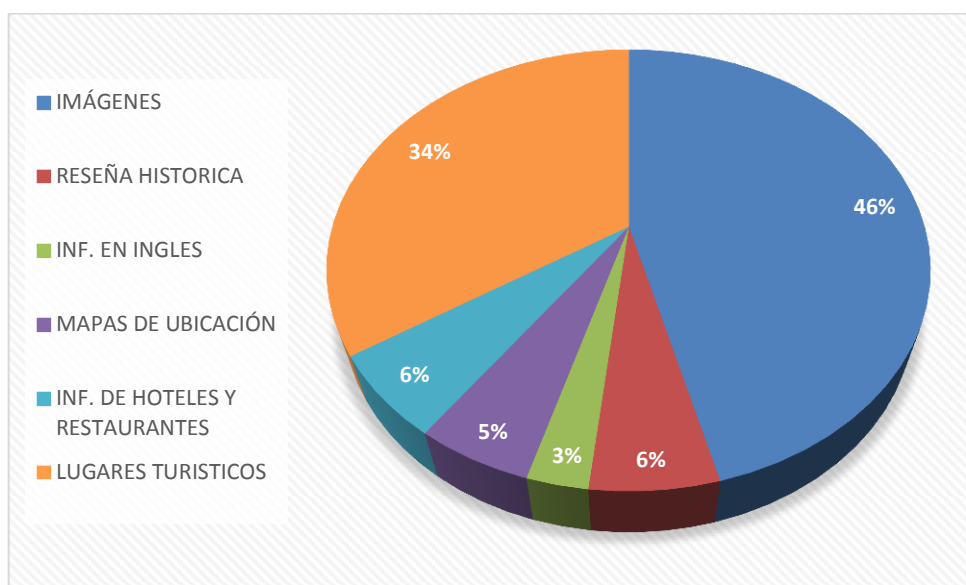
ALTERNATIVAS	F	%
50%	104	26
75%	0	0
100%	0	0
Nada	294	74
TOTAL	398	100



Análisis: De acuerdo a los resultados obtenidos se puede manifestar que la falta de difusión de los lugares turísticos, ha llevado a que la mayoría de personas desconozcan sobre todos los sitios turísticos con los que cuenta el cantón Otavalo.

6.- ¿Seleccione lo que crea conveniente debe ofrecer una guía turística?

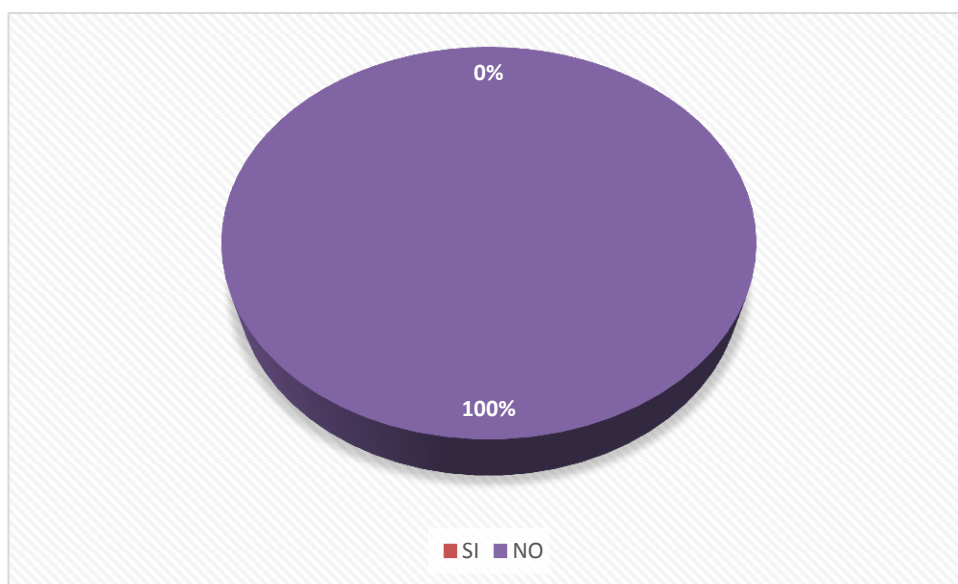
ALTERNATIVAS	F	%
Imágenes	183	46
Reseña Histórica	23	6
Información en Ingles	11	3
Mapas de Ubicación	21	5
Inf. De Hoteles y Restaurantes	24	6
Lugares Turísticos	136	34
TOTAL	398	100



Análisis: El gráfico indica que los encuestados quieren una guía turística que de énfasis mayormente al uso de las imágenes, donde se pueda contemplar mediante fotografías todos los lugares turísticos de Otavalo.

7.- ¿Cree Ud. Que la creación de una guía turística con fotografías en 3D permitirá la reactivación de otros sitios turísticos?

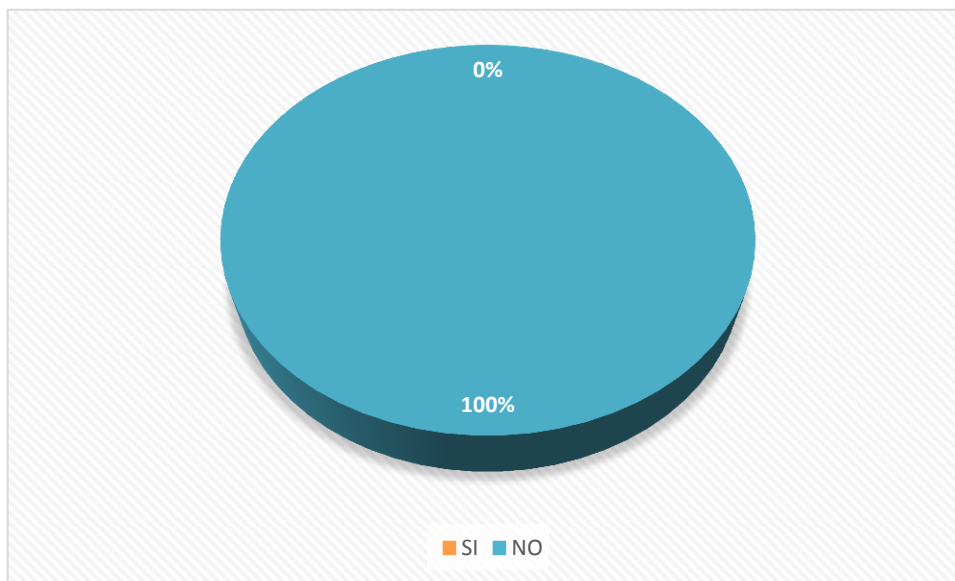
ALTERNATIVAS	F	%
Si	398	100
No	0	0
TOTAL	398	100



Análisis: La mayoría de personas afirman que una guía turística con fotografías en 3D, aumentaría la promoción de Otavalo porque esta guía sería novedosa para los turistas.

8.- ¿De existir una guía turística con fotografías en 3D estaría dispuesto a adquirirla?

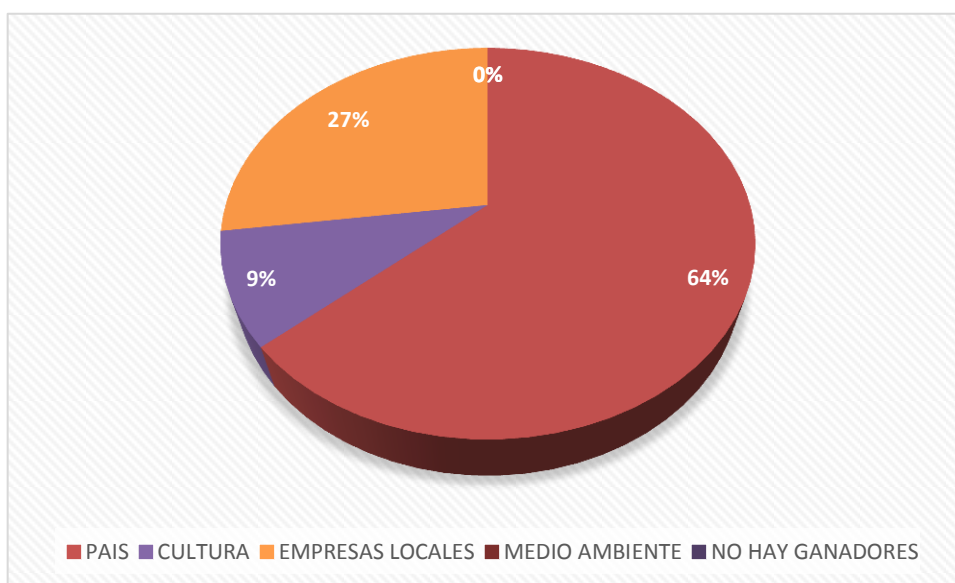
ALTERNATIVAS	F	%
Si	398	100
No	0	0
TOTAL	398	100



Análisis: La mayoría de personas encuestadas aseveran que comprarían una guía turística con fotografías en 3D del cantón Otavalo, porque sería una propuesta diferente a lo tradicional.

9.- ¿En su opinión, quién es el que más gana a causa del turismo?

ALTERNATIVAS	F	%
El País	253	64
La Cultura	37	27
Las empresas locales	108	9
Las empresas extranjeras	0	0
El medio ambiente	0	0
No hay ganadores	0	0
TOTAL	398	100



Análisis: La gran mayoría de las personas encuestadas opinan que quien gana más a causa del turismo es el país porque así el Ecuador sería más reconocido.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

5.1. CONCLUSIONES

Después de haber realizado un estudio a fondo para la realización de una guía turística con fotografías en 3D del cantón Otavalo, se ha llegado a las siguientes conclusiones.

- La guía turística permitirá dar a conocer a los visitantes nacionales y extranjeros los atractivos turísticos y la identidad del cantón Otavalo.
- Es necesaria una guía turística con características alternativas en el diseño editorial ya que generará una expectativa de la riqueza turística de Otavalo.
- La forma de organización de los elementos gráficos como la portada y el interior de la guía turística deberá complementarse una con otra de tal manera que permitan captar la atención de los lectores.
- Por medio de la presente investigación se llegó a determinar que el para la distribución de la guía turística va a ser por medio del Departamento de Turismo del Municipio de Otavalo.

5.2. RECOMENDACIONES

- Con la culminación del estudio realizado se llegó a la conclusión que si es factible realizar el proyecto desde un punto de vista técnico, administrativo, comercial y finalmente económico.
- Al ser una guía turística con fotografías en 3D, con lugares turísticos del cantón Otavalo, va a ser un producto y servicio nuevo y se recomienda implementar un plan de marketing que dé a conocer el producto a nuestro comprador objetivo.
- Es pertinente incluir para su producción un sistema que permita que la edición impresa se autofinancie por medio de la publicidad.
- La participación activa de las autoridades es muy importante, ya que de esta manera se concientizará a todos los Otavaleños sobre la importancia de difundir la riqueza turística de Otavalo.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA ALTERNATIVA

6.1. TÍTULO

DISEÑO EDITORIAL DE UNA GUÍA TURÍSTICA, INCORPORANDO FOTOGRAFÍAS EN 3D DEL CANTÓN OTAVALO, DESTINADO A LOS TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS.

6.2. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

El Cantón Otavalo se ha consolidado como uno de los principales generadores de ingresos, de manera especial, en determinadas épocas del año que coinciden con celebraciones tradicionales, religiosas y costumbristas, junto con el aporte de la riqueza geográfica, cuenta con elementos importantes que merecen atención a efectos de mejorar la competitividad y el posicionamiento.

Por lo anteriormente expuesto, la guía turística pretende ser el vínculo entre la actividad y la gestión.

Por lo tanto, los beneficiarios directos serán todas las personas que de una u otra manera ha dedicado su vida para generar y mantener el turismo como una estrategia de fomento económico y de identidad.

Además, es una oportunidad para que el profesional de Diseño Gráfico pueda aplicar el conocimiento y su creatividad al servicio de la comunidad.

6.3. FUNDAMENTACIÓN

Este proyecto se fundamenta en la propuesta de presentar un nuevo diseño editorial de una guía turística del cantón Otavalo con el uso de fotografías 3D.

A través de una metodología práctica, siendo el medio idóneo que permite dar a conocer a los turistas nacionales y extranjeros no solo sus atractivos turísticos naturales sino también su historia y cultura, evitando que se convierta en una publicación aburrida y monótona.

6.4. OBJETIVOS

6.4.1. Objetivo General

Diseñar una guía turística del Cantón Otavalo empleando el diseño editorial y la fotografía 3D, para dar a conocer a los turistas nacionales y extranjeros los atractivos turísticos del cantón.

6.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Investigar acerca del diseño editorial e imágenes 3D, que servirá como base para adquirir un amplio conocimiento e información en el desarrollo del proyecto investigativo.
- Realizar una propuesta de la guía turística, utilizando técnicas y materiales idóneos de una forma más novedosa.
- Promocionar los lugares turísticos a través de una guía impresa con un diseño atractivo e innovador del cantón Otavalo.
- Dar a conocer a través de varios medios de comunicación la creación de esta guía para que sea difundida a toda la comunidad.

6.5. UBICACIÓN SECTORIAL Y FÍSICA

La presente investigación se realizó en el Cantón Otavalo, provincia de Imbabura.

6.6. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

El diseño de la Guía Turística del cantón Otavalo, nace de la necesidad de revalorizar y dar a conocer la naturaleza y la cultura, a los turistas nacionales y extranjeros que visitan el cantón.

La guía turística consta de información: HISTÓRICA, CULTURAL Y TURÍSTICA.

Ya que la guía turística es una herramienta muy útil para saber cómo proceder en algunas circunstancias. Si no se dispone del tiempo para hacer una investigación preliminar del destino, con la guía turística se podrá situar rápidamente en el lugar y encontrar aquellos puntos turísticos más destacados.

6.6.1. DIAGRAMACIÓN

Para el proceso de elaboración lo primero que se realizó fue el diseño de la retícula, esta fue importante ya que el aspecto de las páginas está determinado por el formato A4 vertical en tres, dos y una columna.

El diseño de la guía, está formado por una retícula que consta de 48 módulos, con espacios para no tener saturación de elementos y para que se conserve la legibilidad.

Cuando trabajamos en diseño editorial lo más normal es que debemos representar las dos páginas, derecha, izquierda ya que lo hace más

sencillo a la hora de diseñar y tener una idea más clara del aspecto que tendrá la publicación.

Los márgenes que encontramos en la publicación son: el margen superior, el margen inferior, el margen interior y el margen exterior, una vez determinado los márgenes tenemos el espacio de la publicación donde se comenzó a distribuir los espacios.

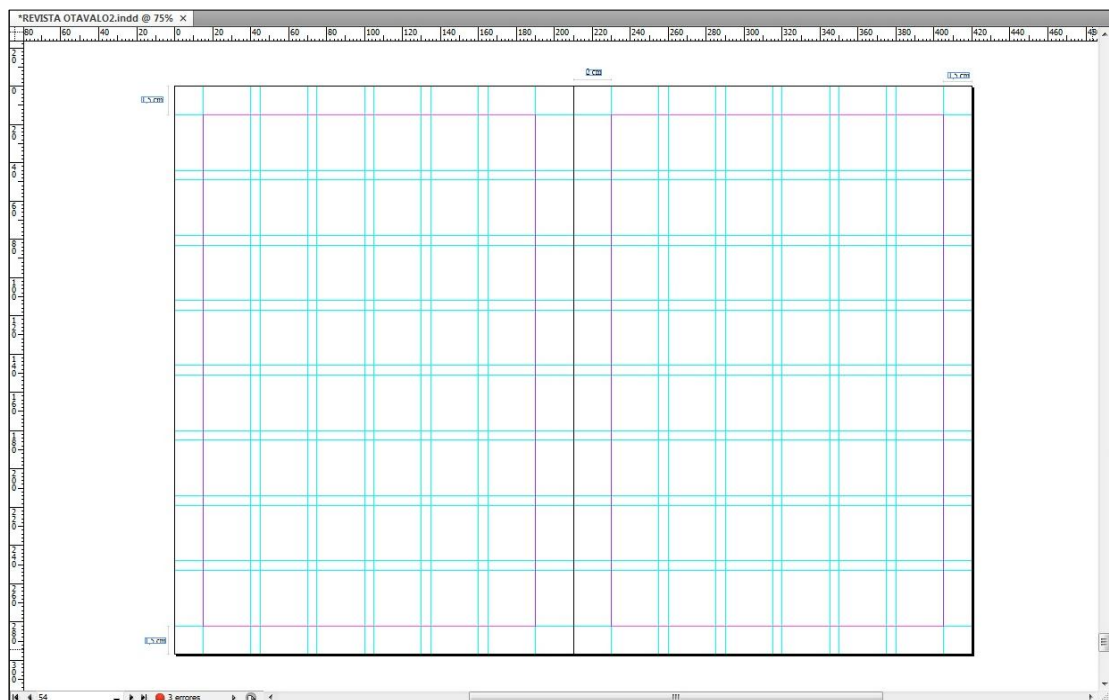
Margen superior e inferior: 1,5 cm

Margen externo o de corte: 1,5 cm

Margen interno o medianil: 2 cm

Ancho de la página: 21 cm.

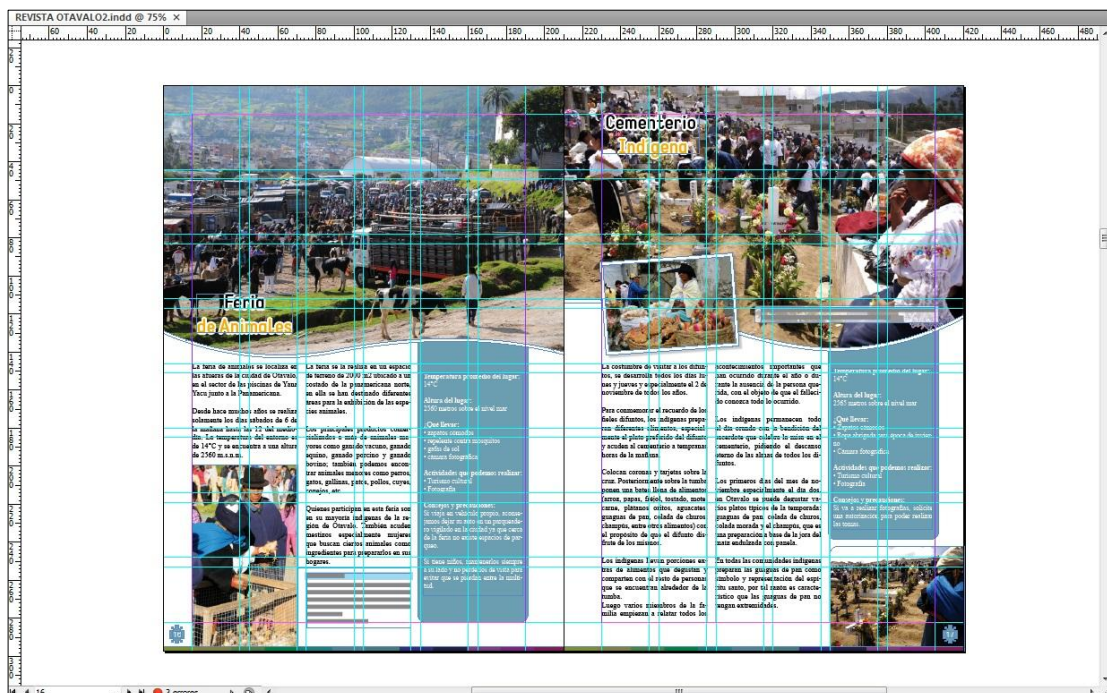
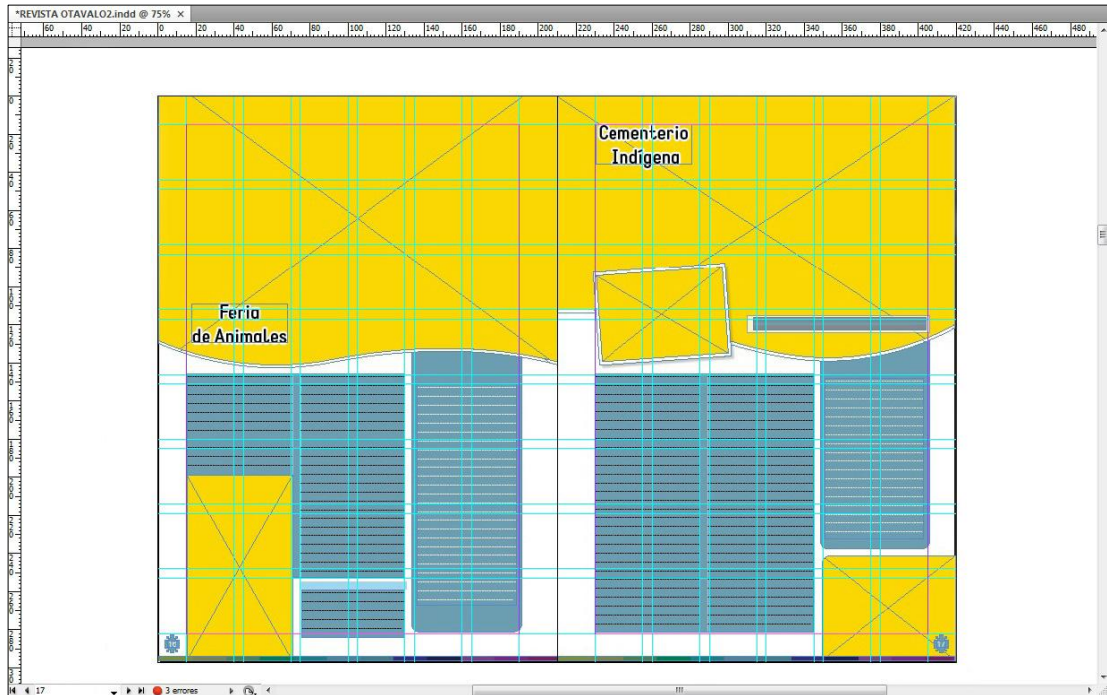
Alto de la página: 29,7 cm.



6.6.2. IMAGEN

La identidad visual es el único soporte capaz de valorizar, distinguir y reforzar el contenido de cada página de la publicación, por eso la imagen

va acorde a que se identifique con el texto, que tenga impacto que sea original y posea valores emocionales y recordatorios para el lector. La elección de las fotografías es un punto importante para el diseño de una publicación ya que realzan y fortalecen el contenido, incrementando el impacto. Por tal razón que las imágenes ocupan las 2/3 partes, para romper con la monotonía y así crear interés visual al lector.



6.6.3. TIPOGRAFÍA

La elección tipográfica elegida se basó en que es un elemento que debe acompañar de manera concisa a la información. La tipografía que se ha utilizado como fuente primaria para la portada es la Levenim MT Bold, elegida por ser una tipografía de buena legibilidad dando personalidad, autoridad, tranquilidad y firmeza al título más relevante del trabajo.

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! " # \$ % & ' () * + , - . / : ; < = > ? @

La tipografía que se ha utilizado para el slogan de la portada, es la Segoe Print Bold, elegida por ser una tipografía de fácil compresión y legibilidad generando fluidez, el tamaño utilizado es de 24 puntos.

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! " # \$ % & ' () * + , - . / : ; < = > ? @

La tipografía que se ha utilizado para los títulos del interior de las páginas es la Static Bold, debido a que es una tipografía que trasmite a más de legibilidad, una armonía visual al lector combinando la elegancia y sencillez del diseño.

Static Bold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W

X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 !"# \$ % & ' () * + , - . / : ; < = > ? @

La fuente elegida para el cuerpo de texto es la Times New Roman Regular y Bold, se usó por la legibilidad del texto y facilidad de la lectura, esta tipografía expresa fuerza, dirección ya que es fácil y clara de entender.

Times New Roman

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y

Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 !"# \$ % & ' () * + , - . / : ; < = > ? @

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 !"# \$ % & ' () * + , - . / : ; < = > ? @

La mediada tipográfica del bloque de texto es de 11 puntos y en títulos es de 30 puntos con un interlineado que facilita al lector el salto de una línea a otra sin distracciones, dando una armonía de legibilidad tipográfica.

6.6.4. SOPORTE / FORMATO

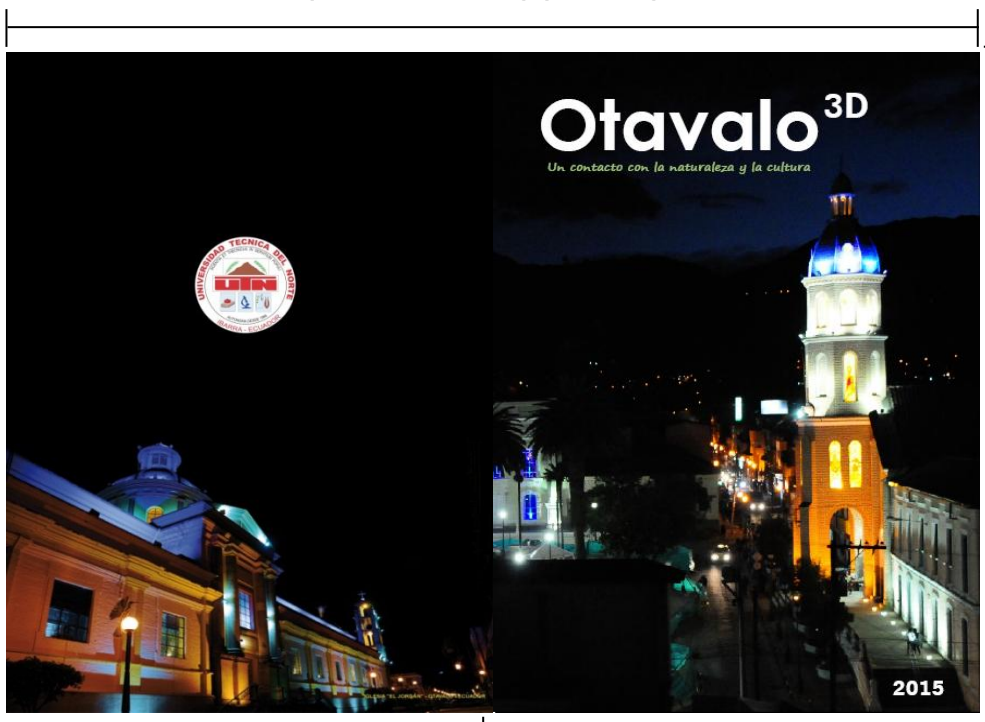
6.6.4.1. SOPORTE: IMPRESO, (GUÍA TURÍSTICA)

La guía turística es un recurso editorial impreso donde se observa los sitios turísticos del cantón Otavalo, a través de fotografías 3D, ilustraciones, redacción, color, vectores, papel, impresión, tipografías, pie de foto, espacios en blanco. La facilidad de distribución de este producto, se lo debe realizar en lugares estratégicos, como agencias de turismo, centros comerciales entre otros, esto ayudara a que la información llegue a quienes lo necesitan de manera práctica.

6.6.4.2. FORMATO

El formato elegido es A4, muy manual, cómodo y fácil de transportar para el usuario, nos ha permitido obtener una presentación muy original y atractiva; por lo cual se distingue de las demás al momento de su promoción.

(29,7cm x 21cm) (Abierto)



(17cm x 21cm) (Cerrado)

6.6.5. NOMBRE: “OTAVALO 3D, UN CONTACTO CON LA NATURALEZA Y LA CULTURA”

Es una guía turística que propone conocer los sitios turísticos del Cantón Otavalo de una manera innovadora con el uso de fotografías 3D (imágenes anáglifos), las fotografías son parte esencial en este proyecto y muestran como es Otavalo y su gente.

GRUPO OBJETIVO (target): Turista nacional y extranjero. La guía esta direccionada a todo el público, pero hace un énfasis en el turista nacional y extranjero.

NIVEL GEOGRÁFICO.- La comercialización de la guía turística se la realizará en el cantón Otavalo, provincia de Imbabura, en el sector centro y los lugares con mayor afluencia de turistas.

NIVEL DEMOGRÁFICO.- El perfil de nuestros clientes son personas de ambos sexos, que oscilan entre 22 años en adelante, con cualquier nivel de educación, económicamente independiente.

NIVEL PSICOGRÁFICAS.- El nivel socioeconómico de nuestro grupo objetivo lo ubicamos en clase media, medio alto y alto, que les gusta viajar y conocer diferentes culturas y lugares turísticos.

CONDUCTA.- Las personas que se interesan por conocer sobre la etnia ecuatoriana, la cultura y sus sitios turísticos.

6.6.5.1. CONCEPTO EDITORIAL

TÍTULO: “OTAVALO 3D, UN CONTACTO CON LA NATURALEZA Y LA CULTURA”.

ESTILO: Cultural, Turístico Informativo.

CONCEPTO: Historia, Cultura y Sitios Turísticos.

RECURSOS VISUALES: Fotografías, redacción, color, vectores, papel, impresión, tipografías, pie de foto, espacios en blanco.

EQUIPO EDITORIAL: Gerente: Departamento Creativo, Director Creativo (arte), Diagramador, Diseñador, fotografía, Redactor Publicitario (editorial), Departamento y planificadores de medios; Departamento de Cuentas, Ejecutivo de Cuentas.

Las responsabilidades como equipo editorial se realizaron por el autor José Chuquín con la tutoría del Lic. Julián Posada.



6.6.5.2. LOGOTIPO Y SLOGAN



3.4 cm alto x 16.5 cm ancho

LOGOTIPO PRINCIPAL

Logotipo principal sobre fondo blanco.

Tipografía	Tipografía
Segoe Print Bold	Levenim MT Bold
 C=100 R=0 M=100 G=0 Y=100 B=0 K=100 #000000	 C=47 R=155 M=6 G=192 Y=64 B=119 K=0 #9bc076

6.6.5.2.1. JUSTIFICACIÓN

Por ser una guía turística del cantón Otavalo que incorpora fotografías 3D, el eslogan es porque las fotografías 3D generan un efecto tridimensional, por esa razón el slogan es un contacto con la naturaleza y la cultura ya que nos permite conocer los atractivos turísticos naturales, la cultura y su gente.

VARIANTE DEL LOGOTIPO

El logotipo se podrá utilizar con el fondo del color del slogan, cambiando el color coincidente del slogan con el color de fondo, es decir el blanco.



POSITIVO Y NEGATIVO.- El logotipo no se aplicará en escala de grises. Para imágenes en blanco y negro, el logotipo ira con una pastilla en negro 100% y el logo y slogan en blanco 100% y viceversa.

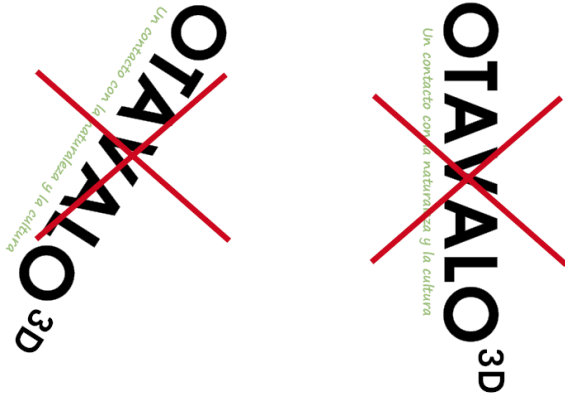


USOS INCORRECTOS

OPCIONES DE APLICACIÓN

Las disposiciones con las que se aplicará el logotipo serán de manera horizontal, rechazando cualquier otra posición siempre que no sea estrictamente necesario. El logotipo podrá aplicarse en cualquier dirección siempre que se lea de izquierda a derecha y de abajo hacia arriba, pero la marca jamás deberá aplicarse volteada, tanto vertical como horizontalmente.

OTAVALO^{3D}
Un contacto con la naturaleza y la cultura



PARTICIONES DEL LOGOTIPO

El logotipo no podrá ser dividido por la mitad ni en el sentido vertical ni en el sentido horizontal o de otra manera. En cuanto al slogan que acompaña al logotipo nunca se separara ni variara su posición.

OTAVALO^{3D}
Un contacto con la naturaleza y la cultura

ESCALA DE REDUCCIÓN

Para mantener la identidad visual y la correcta legibilidad de la marca existen unos tamaños mínimos. La marca no se podrá reducir más 1 cm de alto y 4 cm de ancho. Tampoco se admitirá cualquier tipo de achatamiento o estiramiento, o cualquier tipo de deformación que estropeen la imagen de la marca.

OTAVALO^{3D}
Un contacto con la naturaleza y la cultura

OTAVALO^{3D}
Un contacto con la naturaleza y la cultura

~~**OTAVALO^{3D}**
Un contacto con la naturaleza y la cultura~~

~~**OTAVALO^{3D}**
Un contacto con la naturaleza y la cultura~~

APLICACIONES SOBRE FONDOS A COLOR.- Cuando la marca se aplique sobre fondos negros con un matiz igual o mayor de un 50%, o menores de 10%, los colores se mantendrán, para darle mayor visibilidad al logotipo. Exceptuando cuando el matiz negro sea de 100%. Que se optara por la opción en negativo. Sobre fondos de color de un matiz de igual o menor valor del 40%, en el caso de mayor matiz, utilizaremos la variante del logotipo para que la visibilidad de este no se vea afectada.





ESPACIO RESERVADO

El área de protección de la marca es un espacio de seguridad que le rodea y no debe ser invadida por ningún elemento gráfico, el cual es de 0,5 cm. Es importante respetar este margen ya que asegura la óptima visualización de la marca.



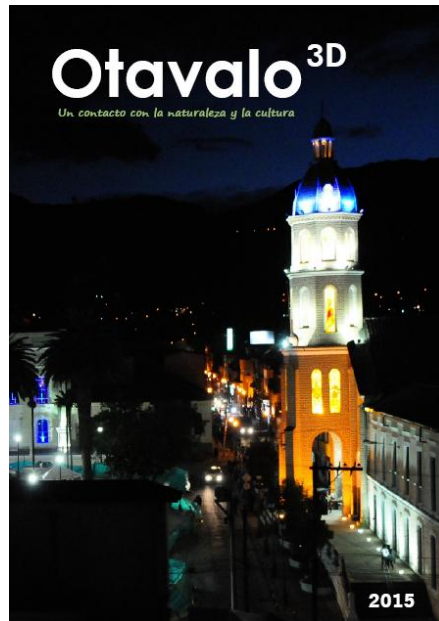
APLICACIONES SOBRE FOTOGRAFÍA

Cuando el logotipo vaya aplicado sobre una fotografía irá en la versión en negativo, dentro de una pastilla o banda blanca, para que la visibilidad de ésta no se vea afectada.



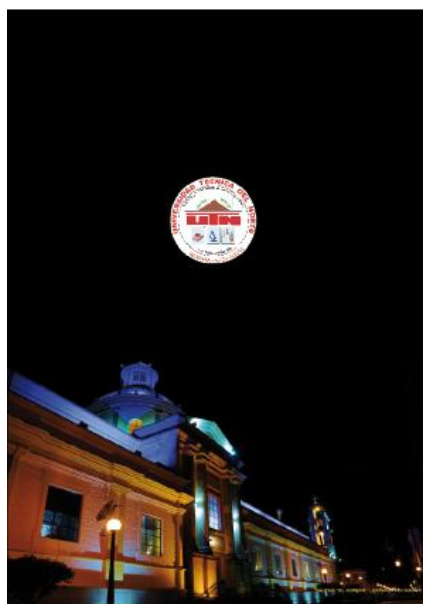
6.6.5.3. PORTADA

El diseño de la portada consta de una impresión en la cual una imagen nocturna de la Iglesia San Luis, en la parte superior izquierda el título y el slogan, en la parte inferior derecha el año en que se realizó, todo eso forma parte de la portada.



6.6.5.4. CONTRAPORTADA

Con el fin de mantener el mismo estilo que la portada, la contraportada costa de una imagen nocturna de la Iglesia El Jordán.



6.6.5.5. CONTRAPORTADAS INTERIORES (1 Y 2)

En la contraportada 1, podemos encontrar el contenido de la guía turística así como también los créditos, la contraportada 2, está destinado para la ubicación las gafas 3D.

6.6.5.6. CRÉDITOS

Los créditos indican las personas que forman parte de la realización de la guía turística, en este caso consta el nombre del autor y del tutor.

6.6.5.7. ÍNDICE-CONTENIDO-SUMARIO

El índice contiene los temas principales como son:

Datos Generales: (introducción, historia de Otavalo, idioma.)

Costumbres y tradiciones: (lugares donde se lleva a cabo cada año los bailes tradicionales.

Atractivos Turísticos: (información de los atractivos turísticos con los que cuenta el Cantón Otavalo, tanto naturales como culturales).

Calendario Anual de Festividades: (festividades que se realizan en el Cantón Otavalo todos los meses en el año).

Galería 3D: (aquí encontramos fotografías 3D, de algunos atractivos turísticos del Cantón Otavalo).

6.6.5.8. NÚMERO DE HOJAS Y PÁGINAS

HOJAS	PÁGINAS
26	52

6.6.5.9. SECCIONES

SECCIONES		JUSTIFICACIÓN
1	Historia	Conocer la historia de Otavalo y su idioma.
2	Vestimenta Kichwa Otavalo	Significado de la vestimenta kichwa del hombre y la mujer Otavalo.
3	Leyendas de Otavalo	Leyendas de Otavalo como: El lechero y la laguna.
4	Costumbres y Tradiciones	Las costumbres y fiestas tradicionales de su gente.
5	Atractivos Turísticos	Los atractivos turísticos naturales y culturales más representativos del cantón Otavalo.
6	Mapa Turístico y Ciclo rutas	Mapas por el cual podemos ubicar los diferentes atractivos turísticos y las ciclo rutas para quienes les gusta la naturaleza.
7	Calendario Anual de Festividades	Actividades que se realizan al año en el cantón Otavalo.
8	Galería 3D	En esta sección se da a conocer los atractivos turísticos, la cultura y la gente, a través de fotografías 3D.

6.6.5.10. TEMAS Y SUBTEMAS

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

Atractivos Turísticos

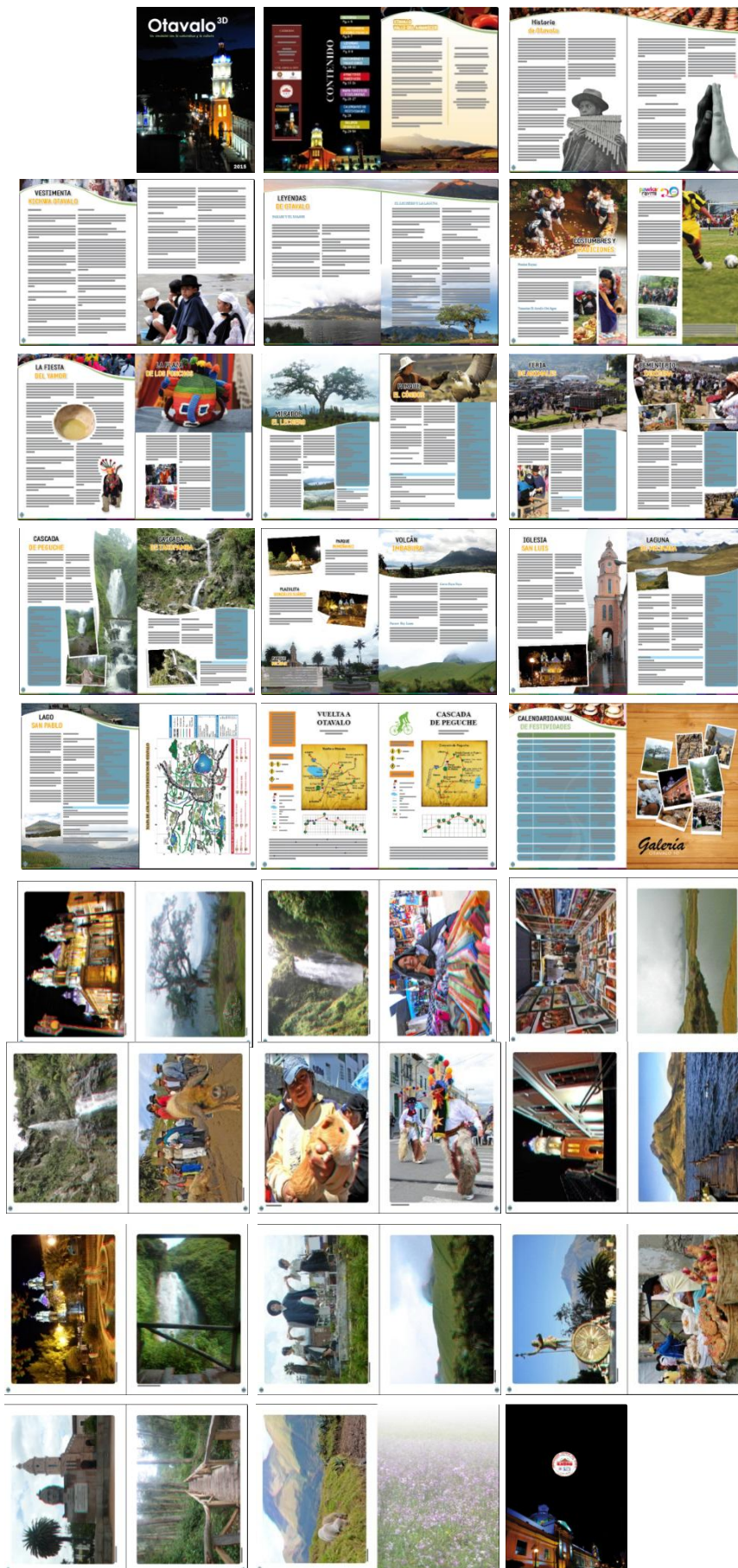
- Plaza de Ponchos
- El Lechero
- Volcán Imbabura
- Yana Urku
- Monte Fuya Fuya
- Lago San Pablo
- Laguna de Mojanda
- Cascada de Peguche
- Cascada de Taxopamba
- Iglesia San Luis
- Iglesia El Jordán

Costumbres y Tradiciones

- Historia de Otavalo
- Idioma
- Leyendas de Otavalo
- Vestimenta Kichwa Otavalo
- El Yamor

6.6.5.11. Navegación

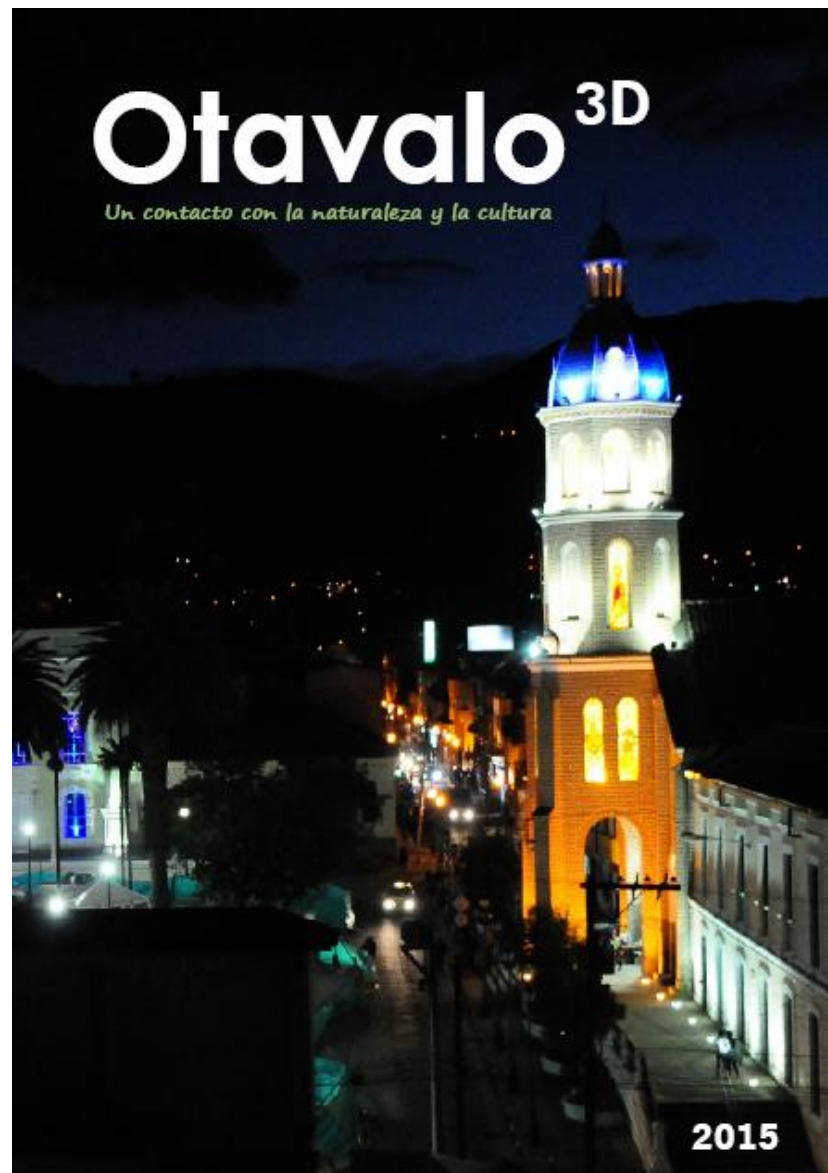
La navegación es la forma como el lector inicia su lectura, en este caso la navegación de “Otavalo 3D, un contacto con la naturaleza y la cultura” es de adelante hacia atrás, puesto que el énfasis o nuestro punto fuerte se encuentra en la portada y se continúa hasta la contraportada.

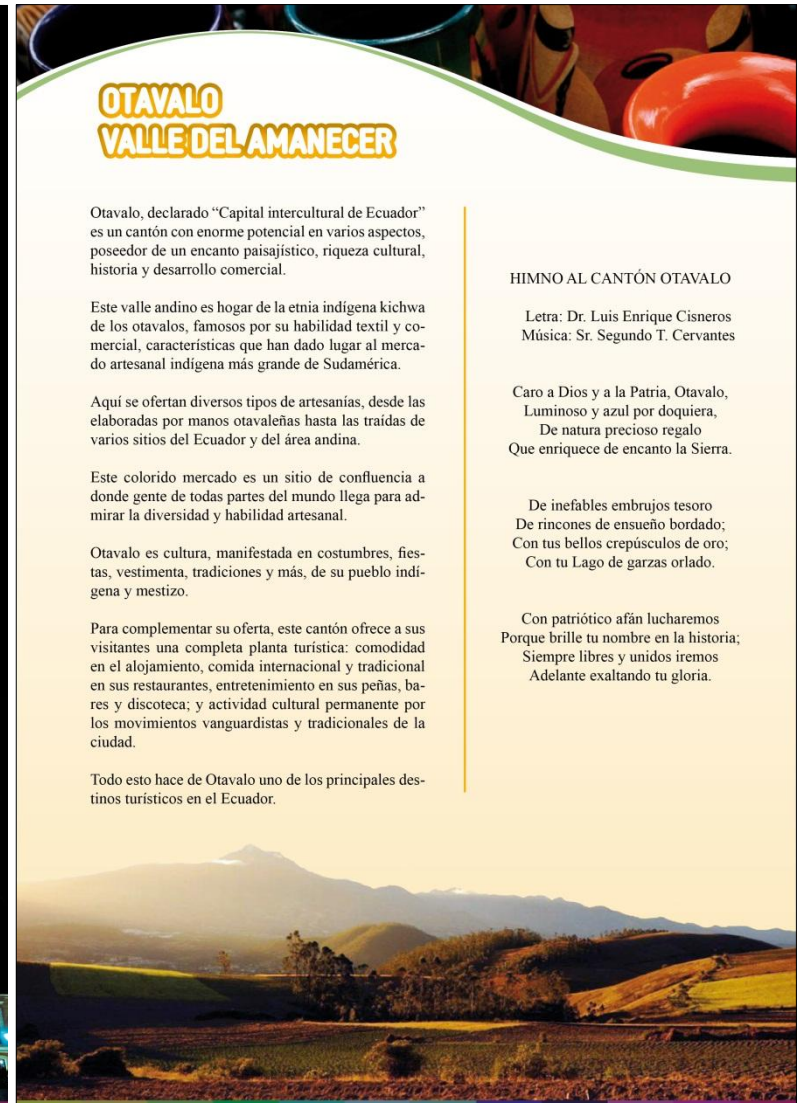


6.6.5.12. ACABADOS

El tamaño de la guía turística será A4, contara con 52 páginas, las hojas internas en Couche de 150 gr, tiro y retiro, la portada y contraportada en Couche de 300 gr. Impresión full color laser, el tipo de encuadernación utilizada en la guía turística, será la encuadernación en grapa ya que ofrece una imagen dinámica, flexible y ligera, permitiendo abrir completamente la revista, facilitando la lectura, como la visualización de las fotografías.

6.6.6. PRESENTACIÓN DE LA GUÍA TURÍSTICA





HISTORIA DE OTAVALO

El plan de vida de Otavalo (2001), resume la síntesis histórica del cantón y señala que de legitimarse la hipótesis del HOMO OTAVALENSIS u HOMO OTAVALUS nuestra antigüedad dataría de unos 28.000 años atrás. Si diferentes son los testimonios que buscan explicar la presencia de los primeros habitantes del sector, es lógico deducir que el origen de la palabra OTAVALO tiene varias interpretaciones.

En base al idioma Chaima (Caribe-Antillano). Otavalo provendría de OTO-VA-L-O que significa "lugar de los antepasados". Si es el Cara el generativo, del Pansaleo OTAGUALÓ, GUALÓ o TAGUALO se interpretaría como "casa". Con el fundamento del idioma Chibcha OTE-GUA-LO daría el significado "en lo alto grande laguna" y por último en lengua de los indígenas de la zona se traduciría "como cobija de todos" y SARANCE como "pueblo que vive de pie".

Por las evidencias, es más seguro afirmar que en toda la comarca se hablaba la lengua caranqui la que, por motivo de las dos conquistas consecutivas: La Inca y la española, fueron sustituyéndose paulatina y relativamente en forma tardía.

La invasión Inca se produce a finales del siglo XV y los primeros 25 años del siglo XVI. La férrea resistencia ofrecida especialmente por los Cayambis, Carangues y Otavalo determinó que Túpac Yupanqui no pueda consolidar su dominación.

El Otavalo primitivo se ubicaba a orillas del Lago San Pablo en lo que hoy se conoce como San Miguel, Sarance se localizaba más al norte.

Con las reducciones de Toledo Virrey de Lima, los españoles eligen a Sarance como centro administrativo colonial pero le atribuyen el nombre de Otavalo por ser más conocido y por el respeto que infundía en la población indígena.

El repartimiento de la Encomienda de Otavalo se inicia con Sebastián de Benalcázar quien lo funda en el año de 1534, teniendo como patrono a San Luis. El 18 de Julio de 1557, el gobernante de Quito, Gil Ramírez Dávalos ratifica como primer corregidor a Francisco de Araujo, desde 1563 se le da oficialmente el trato de Corregidor fijando su residencia y administración en el Ayllu Sarance.

Los primeros Corregidores de Otavalo fueron: Francisco de Araujo, quien ingresa a sus funciones en 1557, Pedro Hernández de la Reina que asume el cargo en 1559 y Hernando de Paredes quien se hace responsable de esa importante función entre 1563 y 1565.



El idioma oficial es el castellano pero también se habla el Runa Shimi o Kichwa, este último es el resultado de la fusión del Quechua que llegó con los incas del actual Perú y el idioma pre-kichwa local que más tarde fuera institucionalizado durante la conquista y colonización española como Lingua Franca.

La grafía utilizada en este documento es también el resultado de un proceso impulsado por la Dirección de Educación Bilingüe del Ecuador gracias a la cual en varios centros educativos se promueve la educación intercultural bilingüe como una vía para fortalecer al pueblo local a través del conocimiento de los dos idiomas y sus respectivas culturas.

Actualmente en Otavalo varias personas, especialmente los empresarios turísticos y los indígenas que han viajado por varios países del mundo, entienden y hablan el inglés, francés, alemán, chino, entre otros idiomas.

OTAVALO INTERCULTURAL

Otavalo es una región multiétnica y multicultural cuya población sobrepasa los ochenta y cuatro mil Habitantes distribuidos en nueve parroquias rurales y dos urbanas.

Los principales grupos étnicos los conforman los Kichwas Otavalo, los Kichwa Cayambi, los Mestizos y en menor número los Afro ecuatorianos o Negros quienes junto a los Salasacas, Saraguros y otros grupos étnicos del Ecuador, comparten entre sí un espacio y una cultura que se renueva cada día.

Pero Otavalo es una ciudad que ha abierto sus puertas a los migrantes constituyéndose, en una región cosmopolita donde también viven norteamericanos, franceses, holandeses, chinos, colombianos, peruanos, bolivianos, cubanos entre otros, quienes encantados por el paisaje y su clima, la cultura y las múltiples oportunidades, han decidido

formar parte de esta tierra y compartir entre todos sus costumbres y tradiciones propias, haciendo de Otavalo un espacio donde se vive y se practica la interculturalidad.

Esta es una realidad porque cada pueblo constituye un frente cultural y entre todos han construido un espacio de diálogo y concertación a fin de intercambiar, adoptar y adaptarse a las nuevas realidades y necesidades de la población, con sus identidades culturales, fortaleciendo de esta manera, la interculturalidad como una vía para alcanzar el desarrollo de la ciudad, de las comunidades y de la región de manera integral.



VESTIMENTA

KICHWA OTAVALO

LA MUJER

Los atuendos que utilizan las mujeres otavaleñas son muy hermosos y llamativos que han hecho que sean muy conocidas por su belleza.

CAMISA.- Es una prenda de color blanco que llega hasta los tobillos cuyo pecho y mangas son bordados con hilos multicolores que representan las flores y plantas de nuestra madre naturaleza, sirven como blusa y enagua.

ANACO BLANCO.- Antes que el Inka llegara, las mujeres utilizaban una manta de algodón grande que daba 2 vueltas al cuerpo prendido con unos prendedores de plata o cobre llamados "tupu".

Después que el Inka llegó trae unas mantas rectangulares de algodón en cuyos bordes tienen bordados de colores, se los envuelve alrededor de la cintura el cual refleja el aspecto sagrado de la mujer.

ANACO NEGRO.- Pieza rectangular que va sobre la manta blanca con bordados de colores como:

a) **Árbol:** Representa el árbol sagrado y mitológico del lecherero donde se realizan cultos a los dioses (Va bordado en el centro y extremo de las orillas del anaco).

b) **Kinku:** Este bordado simboliza el mar.

c) **Rayas:** Representa la tierra de nuestra madre naturaleza.

MAMA CHUMBL.- Faja grande, elaborada con el alma de cabuya y lana roja que simboliza la fuerza, tiene 12 cm. de ancho y 1,50mtrs. de largo, los bordes suelen ir con un adorno de color verde presentando así una combinación llamativa, además permite que las mujeres tengan fuerza, se lo coloca en la parte céntrica de la mujer.

CHUMBL.- Su ancho es de 5 cm. por 3 mtrs. de largo, tiene hermosas figuras de uno o varios colores se los fabrica en telares horizontales que da seis o siete vueltas sobre el mama chumbi dando una forma fe-

menina al cuerpo.

FACHALINA.- Paño blanco o negro de dos varas de largo que va sobre la camisa sostenida en la parte superior mediante un nudo o con prendedores de cobre o plata. Tiene 2 formas de ponérselos

- Sujetado al pecho, demuestra elegancia.
- Sujetado al hombro, es para realizar las tareas del hogar con facilidad y comodidad.

HUMA WATARINA.- Es una prenda de lana de color negro con franjas blancas el cual representa el equilibrio, la dualidad, es decir el "par" hombre-mujer, día-noche ya que en la cosmovisión andina todo ser tiene su pareja. De igual forma protege del sol y del frío, se envuelve en la cabeza a manera de turbante, cuando están con sombrero un extremo de este cubre la cabeza y queda bajo el sombrero y el resto cuelga hacia la espalda. Otra manera de ponérselo también es en forma de pirámide esto espasa protegerse del sol cuando van a cosechar los frutos de la tierra.

REBOSO.- Es una manta que puede ser de cualquier color lo utilizan para cargar en su espalda a las wawas, las compras del mercado y otros.

Sirve para protegerse del frío o también como símbolo de elegancia, por lo general lo utilizan las mujeres casadas.

ALPARGATE.- Son elaborados a base de hilo y cabuya, las mujeres siempre utilizan los colores oscuros como el negro o azulmarín, ayuda a proteger los pies.

GUALCA.- Son mullos dorados que se lo coloca alrededor del cuello en numerosas sargas adornados con corales o mullos finos, demuestran el maíz y la riqueza de nuestra tierra.

MANILLA.- Por lo general son mullos de color rojo o corales finos que se los ponen en las muñecas, permite que las mujeres tengan fuerzas en sus manos para poder trabajar en la tierra.

CINTA.- Es un fajilla que sirve para agarrar el cabello de las mujeres, antiguamente solo utilizaban las mujeres de alta posición económica pero en la actualidad utilizan las mujeres de toda posición social.

SOMBRERO.- Se implantó con la llegada de los españoles, son de paño y color blanco lo utilizan solamente en ocasiones importantes.

EL HOMBRE

Desde los tiempos antiguos el hombre otavaleño ha utilizado un vestuario sencillo y práctico.

CAMISA.- Son de color blanco con mangas largas con los puños y cuello en una tela más fina; refleja la limpieza espiritual de la persona.

PANTALÓN.- En los años 70 se introdujo el pantalón actual como copia de los pantalones de lo blanco mestizos, sin embargo se respeta el color blanco que es parte de nuestra identidad; es de lienzo blanco, ancho, llega hasta más debajo de las rodillas y con un cordal para ceñirse en la cintura, refleja la limpieza espiritual del hombre.

PONCHO.- Se los ha elaborado basándose en el modelo de las montañas andinas. Son de lana o paño tejidos en telar de mano con colores oscuros, pueden ser lisos o figuras cuadradas, protege del frío de las

montañas andinas. Doblados en el hombro demuestra la elegancia del hombre indígena otavaleño.

ALPARGATE.- Solían traer hojotas que es una cinta atadura sobre la suela del alpargata, de manera que solo tenían guardada la planta del pie, ahora tienen el mismo diseño que la mujer con la diferencia de que el hombre siempre utiliza el color blanco, ayuda a proteger el pie.

SOMBRERO.- Son de paño generalmente de color oscuro negro o café, se colocan encima de la cabeza como una sombrilla que protege del sol.

TRENSA.- Antiguamente el indígena otavaleño lo dejaba crecer el cabello por delante y por detrás atándose un hilo a la cabeza en el que metían el cabello para poder ver. Ahora el indígena otavaleño se caracteriza por su trenza larga que va sobre la espalda para lo cual utiliza un cordón y así se mantiene con su peinado durante todo el día. Tanto la vestimenta de la mujer como de los hombres kichwas otavaleños han pasado a ser como trajes de lujo por lo que solo en los actos muy importantes se visten con toda la vestimenta típica, mientras que los días normales se visten como cualquier mestizo por lo que el vestido normal de los mestizos se ha adoptado como una necesidad obligada de ahorro de dinero.



LEYENDAS DE OTAVALO

PAKARI Y EL YAMOR

Una leyenda del Yamor, cuenta que "Taita Imbabura", Rey y máxima autoridad de la comarca, resolvía sabiamente los problemas de la región. Estaba casado con una mujer muy bondadosa, bella y blanca como la luna, con ojos azules y limpios.

Ante ellos se presentó un día Pacarina, una muchacha de 15 años, flor de capullo y cuya piel era tersa.

Les narró su pena de amor, estaba enamorada de un joven fuerte y erguido como una caña. Cortés y educado pero no le correspondía con su cariño, al contarles sollozaba como una tórtola herida.

Taita Imbabura y su esposa, para satisfacer los deseos de Pacarina, le transformaron en Nusta del Maíz, y le ordenaron que cuando haya pasado el solsticio fuera a los cuatro puntos cardinales de la

comarca y cosechara diez mazorcas de las cuatro clases de maíz: en el norte maíz dorado y duro, en el sur Morocho, en el este Chulpi y en el oeste Canguil.

Una vez recogidos, le dieron instrucciones para cocinar los granos.

De allí saldría una bebida, una especie de filtro de amor, que al beberlo el incontestable Jatún Cuncay caería a sus pies.

Así fue como ocurrió, Jatún Cuncay bebió el Yamor y ante sus ojos iluminados apareció una joven con un hermoso talle y trenzas esmeradamente perfumadas con romero.

El amor había florecido entre estos dos jóvenes al amparo del Yamor, que es canto e himno en homenaje al maíz.



EL LECHERO Y LA LAGUNA

A ella le gustaba soñar que era una pájara, a él le gustaba correr como los vientos. Los dos jóvenes nacieron en el mismo valle, pero no se conocían; eran de comunidades diferentes y peor aún, de comunidades enemigas.

Un día la casualidad quiso los dos jóvenes se encontraran en el cruce de dos caminos.

Que linda, ¿de dónde será esta chica?
Qué vergüenza, ya me puse colorada.
Hay, que bonita...
Y me sigue mirando, este guambra.

Desde ese día, prendados el uno del otro, acudían diariamente a la cita en ese lugar para decirse los mejores piropos y hablar del amor que les fue creciendo a los dos, olvidándose que venían de comunidades diferentes. Cada encuentro era especial, nunca se aburrían; parecía que ambos se conocían de toda la vida y cuando salían a caminar no faltaban curiquinques volando a su alrededor.

Hasta que un día se dejaron ver por gente de lengua suelta y el chisme se regó como serpiente venenosa:

Si se enteró comadrita? El Luis des que se anda juntando con la guambra esa.
Qué horror, las cosas que se ven en estos tiempos.
Si comadrita, ahora si se fregaron estos guambras.

Y claro los chismes llegaron a oídos de los padres y familiares y había que impedir esas relaciones, y había que defender el honor y la tradición, y había que castigar a los culpables que se habían atrevido a pasar por alto el rencor y la enemistad:

¿Y con quién des que andas vos? ¿No sabes que es hija de nuestros enemigos?
Pero mamá, yo estoy enamorado de ella.
Carajo, ese amor te lo voy a quitar con una buena ortiga, te voy a enseñar a respetar el honor de la familia.

Ella llevo a su casa se encontró con sus padres.
Guambra carajo, ya me entere de que andas con un hijo de nuestros enemigos.
El no es mi enemigo mamá, sino el hombre que yo amo.

¡Nada de amores con esa gente, desde ahora no sales de la casa, has perdido mi confianza!

Se habían jurado amor y fidelidad para toda la vida, se habían prometido permanecer juntos, pase lo que pase, y los dos estaban dispuestos a vencer todos los obstáculos que se pusieran en su camino.

Una noche, el joven no soportó más sufrimiento, salió de su hogar y fue a buscar su compañera.

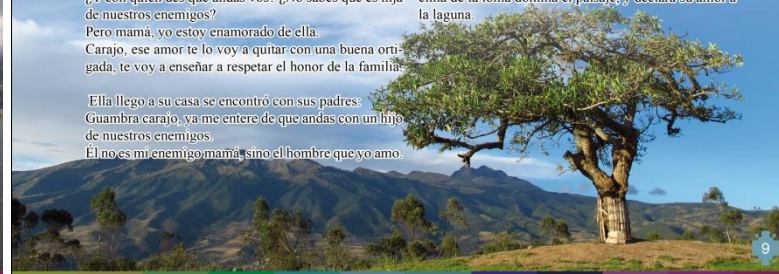
¿María eres vos?
Sí, sí, soy yo, llévame muy lejos de aquí.
Shh, vamos calladito que nadie se dé cuenta.

Por la loma de Pucará, subían los dos enamorados, a paso ligero, casi corriendo, tomados de la mano, y huyendo de sus familiares, que habían empezado a perseguirlos. Hasta que las dos familias les dieron el alcance, los rodearon, y cuando estaban a punto de atraparlos, sucedió algo inesperado.

Una niebla envolvió a los dos enamorados, como una coraza protectora, y una voz amable, venida de lo profundo de los tiempos, les habló:

Yo soy el Yachak de la montaña, amigo del viento, del agua y del fuego, conozco la historia de ustedes, se de la sinceridad y el amor, y he venido a ayudarlos a cumplir su promesa, a vivir por siempre, juntos el uno y el otro.

La pareja de jóvenes, desapareció misteriosamente del lugar, delante de sus perseguidores, sin dejar rastro alguno, el Yachak los había protegido con un hechizo, hizo de ella una hermosa laguna, que ahora se riega por el valle, y de él, un majestuoso lechero, que desde la cima de la loma domina el paisaje, y declara su amor a la laguna.





COSTUMBRES Y TRADICIONES

El Pawkar Raymi es la fiesta del florecimiento y agradecimiento profundo a la Pacha Mama.

Pawkar Raymi

El Pawkar Raymi en los últimos años ha forjado un espacio de intercambio cultural y el fortalecimiento de la identidad de los pueblos indígenas, además se ha constituido como un lugar de encuentro entre familias donde se busca lograr un proceso recíproco de apropiación de la cultura, de integración y de solidaridad con equidad de género.

Varias son los programas que forman parte del Pawkar Raymi, en lo deportivo se realiza el campeonato de fútbol, básquet, ecuaboley y el ciclismo de montaña. En lo cultural se dedican tres noches a la cultural que son: la elección de la Pawkar Nusta, la noche internacional de la música y el Runakay (noche de gala), y por último en símbolo de respeto se realiza el Tumarina, actividad importante dentro de esta celebración.

Tumarina El Arrullo Del Agua

El Pawkar Raymi tiene como actividad principal el Tumarina donde sus protagonistas son las mujeres, los ancianos y los niños de la comunidad. El ritual inicia con una misa de bendición a los frutos que la tierra otorga y a las flores con las que la comunidad festeja el florecimiento.

Este ritual consiste en depositar un poco de agua y flores en la cabeza de la otra persona; los niños, lo hacen con sus mayores ya sean padres o abuelos, es un juego ceremonial de respeto y purificación para florecer.



El Pawkar Raymi Peguche Tío a más de ser una fiesta local es una celebración de todo el pueblo indígena, que se lleva a cabo en el mes de febrero, no sólo se enfoca en lo deportivo sino también rescata lo cultural y tradicional de la fiesta.

En sus inicios el fútbol fue practicado con alpargatas de cabuya, adaptas con "pupos" de cuero, participaban alrededor de 40 selecciones provenientes de diferentes comunidades, estos competían por llevarse la réplica de la copa mundo, razón por la cual se la denominó como el mundialito indígena. Con el pasar de los años los equipos han implementado jugadores reconocidos en el balón pie nacional.

Desde sus inicios el fútbol fue la principal actividad de esta festividad, la cual es organizada en el mes de febrero, con el nombre de "Carnaval - Peguche Tío". Bajo la iniciativa de los jóvenes y dirigentes de la comunidad deciden optar por nombre de "Pawkar Raymi- Peguche Tío". Finalmente la aceptación ha sido general porque el evento recoge y revitaliza en medio del deporte.



En la actualidad, la celebración del Pawkar en Peguche ha variado, permitiendo que más comunidades aledañas, participen de ella a través de campeonatos de fútbol y otras actividades que hacen de esta festividad un verdadero carnaval que conjuga lo social, cultural y lo deportivo.



LA FIESTA DEL YAMOR

La fiesta del Yamor, es una celebración histórico-cultural que une la chicha de origen pre-inca y la fe religiosa de un pueblo, se proyecta esta festividad como un acto de un mismo pueblo unido en su diversidad, tal como los granos del maíz que se consolidan férreamente en una mazorca.

El Yamor, en el plano histórico-cultural es la chicha, bebida elaborada por siete variedades de maíz, la misma que estaba destinada a los grandes caciques para que acompañen a sus banquetes.

El término Yamor proviene de dos vocablos Yak, sinónimo de sabio y Mur, grano, denominándose al Yamor como la chicha de la sabiduría.

Esta festividad se la realiza una vez al año, a finales del mes de agosto hasta la primera semana de septiembre, en donde los distintos actos y eventos tienen lugar en varios escenarios de la ciudad de Otavalo y las comunidades aledañas.

Una serie de actos se desarrollan en el transcurso de la celebración de la fiesta del Yamor, dentro de los más relevantes sin lugar a dudas están:

El Pregón de Fiesta

Consiste en el desfile de carros alegóricos, danzas, bandas y música, en el cual participan varias delegaciones a nivel local, nacional e internacional dando a conocer su cultura y tradición.

Elección de la Reina

En este evento galante se resalta la belleza de la mujer otavaleña.

Travesía Natatoria a la Laguna de San Pablo

Es uno de los eventos importantes que se desarrolla cada año, está organizado por la liga Deportiva Cantonal, quien inicia con los preparativos varios meses antes de la competencia.



La travesía se realiza por la mañana aprovechando que las aguas del lago San Pablo se encuentran tranquilas y la distancia que los participantes recorren es de 3.8 km entre los sectores de Araque (partida) y el Muelle Costa Azul (meta), el recorrido dura aproximadamente 1 hora.

Existe la participación de cientos de nadadores de varias provincias del país como Pichincha, Manabí, Tungurahua, Azuay e Imbabura, que están clasificados en diferentes categorías, dando así la oportunidad a que compitan hombres y mujeres de diferentes edades.

Festivales de Música

El más destacado es el efectuado en honor a las Marías, que se realiza con la participación de artistas nacionales e internacionales.

Bendición de las Cosechas

En la Fiesta del Yamor la gente de la ciudad y gente de las comunidades se unen para el agradecimiento a la Pacha Mama por la cosecha y la fiesta religiosa dedicada a la Virgen María de Monserrat, cuyo onomástico coincide con la fiesta indígena; esta celebración se realiza con la participación de feligreses de la Virgen en una procesión desde el Santuario de San Luis hasta la cruz del Socavón, en este sitio se desarrolla la misa de bendición de la cosecha.

Cabe destacar que durante los días de fiesta se presentan las más diferentes manifestaciones culturales y actos representativos de Otavalo y el país.



LA PLAZA DE LOS PONCHOS

La Plaza de los Ponchos, también conocida como Mercado Centenario, es el escenario de la mayor feria artesanal del norte del Ecuador que se realiza todos los sábados a partir de las 7 de la mañana hasta las 6 de la tarde. Aunque la feria se realiza todos los días pero en menor escala, otro día recomendado también es el día miércoles.



La actividad de la Plaza de Ponchos está destinada a la comercialización de varios productos artesanales, tanto local, regional, nacional e internacional. La producción artesanal representativa de la feria son los textiles de Otavalo, también hay producción artesanal en barro, pintura, madera, bisutería, orfebrería, talabartería, mazapán, cerámica, etc.

Los puestos de venta son cómodos tanto para el vendedor como para el turista, ya que los productos se exhiben claramente en las "callambas" que son stands circulares de cemento ubicados en el interior de la plaza.

Entre los productos que ofrece esta feria existen: ponchos, bufandas, guantes, sombreros, gorros, camisas, pantalones, mantelería, hamacas, tapices, bolsos, alpargatas, manillas, collares, aretes, ebanistería, vasijas, cuadros, fajas, anacos, alfombras, manteles, sombreros y un sinfín de productos más.

Temperatura promedio del lugar:
14°C

Altura del lugar:
2566 metros sobre el nivel del mar

Qué llevar:

- zapatos cómodos
- bloqueador solar
- cámara fotográfica

Actividades que podemos realizar:

- Turismo cultural
- Turismo de compras
- Fotografía

Consejos y precauciones:

Como en todo lugar donde existe aglomeración de gente, se aconseja cuidar sus pertenencias y no aceptar ayuda de personas sospechosas. En caso de sufrir un incidente acudir de inmediato al centro de información turística para recibir una ayuda inmediata.

En caso de llegar en vehículo propio, la Plaza de Ponchos cuenta en sus alrededores con parqueaderos vigilados, tanto para vehículos livianos como para buses. Si tiene niños, mantenerlos siempre a su lado y no perderlos de vista para evitar que se pierdan entre la multitud.





MIRADOR EL LECHERO

Es un árbol considerado como milenario, ubicado en el sitio conocido como Pucará de Rey Loma.

El paisaje está constituido por una zona netamente agrícola en donde prevalecen los cultivos de maíz, principalmente, y otros productos andinos propios del lugar como habas, chocho, maíz, papas, fréjol.

La fauna se encuentra representada por aves que son propias de la región interandina como gorriónes, mirlos, huiracchuros, quílicos, quindes, entre otros.

Constituye un mirador natural desde donde se puede observar la laguna de San Pablo, el volcán Imbabura, la ciudad de Otavalo, la montaña Fuya Fuya y el volcán Cotacachi. Desde el punto de vista tradicional, es un lugar muy importante para las costumbres indígenas, ya que constituye un sitio sagrado en donde se realizan rituales de purificación entre indígenas del Ecuador y del mundo.

En tiempos de sequía se reza para que llueva sobre los sembríos, regularmente se llevan ofrendas, con los choclos primicias de las cosechas y con ocasión de los entierros o aniversarios de fallecimientos; en este caso los alimentos cocidos son: mote, arvejas, tostado, cuyes o chicha.

Así mismo, se realizan varios rituales de purificación, de matrimonio y otros.



Temperatura promedio del lugar:
12°C

Altura del lugar:
2847 metros sobre el nivel mar

Qué llevar:

- Ropa abrigada para época de invierno
- Gafas de sol
- Bloqueador solar
- Repelente contra mosquitos
- Zapatos cómodos
- Cámara de fotos

Actividades que podemos realizar:

- Turismo místico
- Turismo cultural
- Fotografía

Consejos y precauciones:
Si queremos aprovechar la vista del paisaje, aconsejamos visitarlo en horas de la mañana o en la tarde. Es el lugar preciso para los amantes de la fotografía.

¿Cómo llegar?

En transporte público

Podemos coger un taxi y pedir que nos lleve a El Lechero al que llegaremos en 10 minutos. **Costo del pasaje: 3,50 USD**

Caminando

Podemos tomar la calle Piedrahita en dirección este y guiarnos por la señalización. El tiempo que nos tomará llegar hasta El Lechero es de aproximadamente 1 hora.



PARQUE EL CÓNDOR

El Parque Cóndor es un centro de rescate y cuidado de aves rapaces que está ubicado en Curiloma con una extensión de 12 hectáreas, a pocos minutos del mirador El Lechero.

En el parque se desarrollan varias actividades como:

- Actividades educativas como la protección y cuidado de las aves, teniendo especial énfasis en la compra ilegal de especies e introducción en hogares a animales que no son domésticos alterando el ambiente y hábitat de la especie.

- Adiestramiento de aves rapaces

- Rescate de aves rapaces

Los principales objetivos con que

fueron creados este parque, han sido principalmente el rescate y cuidado de aves rapaces las cuales han sido maltratadas o muestran rasgos de maltrato, para poder estudiarlas, valorarlas y también poder entrenarlas y así ofrecer una mejor calidad de vida.

También se brinda educación orientada a niños para que comprendan la función que tienen las aves rapaces en el medio ambiente.

Parque Cóndor cuenta con jaulas técnicamente diseñadas cumpliendo las necesidades de las aves que las ocupan como cóndores, búhos, buitres, gavilanes, águilas, halcones; el área de vuelo que es un lugar donde las aves entrenadas son liberadas para que cumplan su entrenamiento diario, baterías sanitarias y el área de juegos infantiles.

Temperatura promedio del lugar:
10°C

Altura del lugar:
2817 metros sobre el nivel mar

¿Qué llevar:

- zapatos cómodos
- ropa abrigada
- repelente contra mosquitos
- gafas de sol
- cámara fotográfica

Actividades que podemos realizar:

- Turismo educativo
- Ecoturismo
- Fotografía

Consejos y precauciones:

No arrojarse a las jaulas ni meter los dedos en ellas

Cuidar y proteger todo cuanto te rodea mediante el recorrido

Proteger y no destruir los letreros interpretativos

Depositar la basura en los recipientes colocados en los senderos

No ingresar con mascotas

No ingresar con alcohol ni fumar dentro del Centro de Rescate

El Parque Cóndor cuenta con una zona de parqueo seguro tanto para vehículos livianos como para buses.

¿Cómo llegar?

En vehículo propio

Desde la ciudad de Otavalo tomamos la calle Piedrahita en dirección este que nos llevará por un camino señalizado, en primera instancia asfaltado y luego empedrado. Es de fácil acceso para cualquier tipo de vehículo y nos tomará alrededor de 15 minutos.

En transporte público

Podemos coger un taxi y pedir que nos lleve a el Parque Cóndor al que llegaremos en 15 minutos. **Costo del pasaje: 3,50 USD**

Caminando

Podemos tomar la calle Piedrahita en dirección este y guiarnos por la señalización. El tiempo que nos tomará llegar hasta el parque es de aproximadamente 1 hora y 20 minutos.



FERIA DE ANIMALES

La feria de animales se localiza en las afueras de la ciudad de Otavalo, en el sector de las piscinas de Yana Yacu junto a la Panamericana.

Desde hace muchos años se realiza solamente los días sábados de 6 de la mañana hasta las 12 del mediodía. La temperatura del entorno es de 14°C y se encuentra a una altura de 2560 m.s.n.m.



16

La feria se realiza en un espacio de terreno de 2000 m² ubicado a un costado de la panamericana norte, en ella se han destinado diferentes áreas para la exhibición de las especies animales.

Los principales productos comercializados a más de animales mayores como ganado vacuno, ganado equino, ganado porcino y ganado bovino; también podemos encontrar animales menores como perros, gatos, gallinas, patos, pollos, cuyes, conejos, etc.

Quienes participan en esta feria son en su mayoría indígenas de la región de Otavalo. También acuden mestizos especialmente mujeres que buscan ciertos animales como ingredientes para prepararlos en sus hogares.

¿Cómo llegar?

Podemos ir caminando desde cualquier punto de la ciudad ya que nos tomará pocos minutos llegar al lugar de la feria. Otro modo, sería coger un taxi y que nos lleve al sitio indicado.

Valor del pasaje: 1 USD

Temperatura promedio del lugar: 14°C

Altura del lugar: 2560 metros sobre el nivel mar

¿Qué llevar:

- zapatos cómodos
- repelente contra mosquitos
- gafas de sol
- cámara fotográfica

Actividades que podemos realizar:

- Turismo cultural
- Fotografía

Consejos y precauciones:

Si viaja en vehículo propio, aconsejamos dejar su auto en un parqueadero vigilado en la ciudad ya que cerca de la feria no existe espacios de parqueo.

Si tiene niños, mantenerlos siempre a su lado y no perderlos de vista para evitar que se pierdan entre la multitud.



CEMENTERIO INDÍGENA



En el cementerio de la comunidad indígena se puede apreciar las costumbres y tradiciones de nuestros antepasados.

La costumbre de visitar a los difuntos, se desarrolla todos los días lunes y jueves y especialmente el 2 de noviembre de todos los años.

Para conmemorar el recuerdo de los fieles difuntos, los indígenas preparan diferentes alimentos, especialmente el plato preferido del difunto y acuden al cementerio a tempranas horas de la mañana.

Colocan coronas y tarjetas sobre la cruz. Posteriormente sobre la tumba ponen una batea llena de alimentos (arroz, papas, fréjol, tostado, mote, carne, plátanos oritos, aguacates, guaguas de pan, colada de churos, champús, entre otros alimentos) con el propósito de que el difunto disfrute de los mismos.

Los indígenas llevan porciones extras de alimentos que degustan y comparten con el resto de personas que se encuentran alrededor de la tumba.

Luego varios miembros de la familia empiezan a relatar todos los

acontecimientos importantes que han ocurrido durante el año o durante la ausencia de la persona querida, con el objeto de que el fallecido conozca todo lo ocurrido.

Los indígenas permanecen todo el día orando con la bendición del sacerdote que celebra la misa en el cementerio, pidiendo el descanso eterno de las almas de todos los difuntos.

Los primeros días del mes de noviembre especialmente el día dos, en Otavalo se puede degustar varios platos típicos de la temporada: guaguas de pan, colada de churos, colada morada y el champús, que es una preparación a base de la jora del maíz endulzada con panela.

En todas las comunidades indígenas preparan las guaguas de pan como símbolo y representación del espíritu santo, por tal razón es característico que las guaguas de pan no tengan extremidades.

Temperatura promedio del lugar: 14°C

Altura del lugar: 2565 metros sobre el nivel mar

¿Qué llevar:

- Zapatos cómodos
- Ropa abrigada para época de invierno
- Cámara fotográfica

Actividades que podemos realizar:

- Turismo cultural
- Fotografía

Consejos y precauciones:

Si va a realizar fotografías, solicite una autorización para poder realizar las tomas.



17

CASCADA DE PEGUCHE

La cascada de Peguche se encuentra en la comunidad de Faccha Llacta, a 1.5 km de la comunidad de Peguche y a 3.3 km de la ciudad de Otavalo.

Esta cascada de 50 metros de altura y 6 metros de ancho se forma en pendientes fuertes. En sus alrededores existe vegetación arbustiva, sobresaliendo el sauco, cholán y principalmente moras.

Con un entorno acogedor y senderos bien definidos, este lugar nos llama a pasar momentos de relajamiento en compañía de amigos y familiares. Además podemos encontrar una segunda cascada de 6 metros de alto en la parte superior, a la que podemos llegar fácilmente por uno de los senderos.

También podemos visitar pequeñas piscinas adecuadas en la parte baja, junto al río.

El bosque que rodea a la cascada posee sitios demarcados para la realización de actividades como camping y picnic.

En las fiestas del Inti Raymi, la cascada de Peguche es el centro ceremonial para el ritual de purificación. En ella los danzantes de varias comunidades se bañan en sus aguas a partir de las 8 de la noche antes de comenzar con los bailes.

Temperatura promedio del lugar:
12°C

Altura del lugar:
1821 metros sobre el nivel mar

Qué llevar:

- ropa abrigada en época de invierno
- zapatos cómodos
- repelente contra mosquitos
- gafas
- cámara fotográfica

Actividades que podemos realizar:

- Camping
- Picnic
- Fotografía
- Caminatas
- Turismo místico

Consejos y precauciones:

Al estar en la parte alta de la cascada, tener cuidado de ingresar al río para evitar accidentes.

Recoger la basura en fundas para depositarlas en sitios y lugares designados.

Si se va a pernoctar en la zona de camping, dar aviso en el centro de información para la asignación del guardia de seguridad.



CASCADA DE TAXOPAMBA

La cascada de Taxopamba está ubicada a 6.4 km de la ciudad de Otavalo, vía a las lagunas de Mojanada.

Esta cascada está formada por 2 saltos, el primer salto es de 15 m, en donde forma un vado pequeño de 1 m y el segundo salto es de 10 m con un ancho de 1.50 m y forma un se-

gundo vado de 8 m.

Las aguas de esta cascada son transparentes y sin turbiedad y tiene una temperatura de 9°C.

La zona de la cascada se encuentra rodeada de vegetación natural y en el camino hasta ella encontraremos cultivos de los habitantes de la zona.



Temperatura promedio del lugar:
12°C

Altura del lugar:
2846 metros sobre el nivel mar

Qué llevar:

- zapatos cómodos
- ropa abrigada
- repelente contra mosquitos
- cámara fotográfica

Actividades que podemos realizar:

- Picnic
- Fotografía

Consejos y precauciones:

Recoger la basura en fundas plásticas para depositarlas en sitios y lugares designados.

¿Cómo llegar?

Debemos ir en vehículo hasta la comunidad de Mojanada que está a 20 minutos desde Otavalo. Una vez allí podemos parquear el vehículo en el pueblo para iniciar una caminata de aproximadamente otros 20 minutos hasta llegar a la cascada, ya que no existe vías para autos.

Si no contamos con vehículo propio, podemos contratar un taxi o una camioneta que nos lleve hasta la comunidad de Mojanada, pero el regreso a Otavalo será caminando.

Costo del pasaje: USD 3



PARQUE RUMIÑAHUI

Sus decorativas jardineras, caminería, bancas y viseras crean un ambiente agradable para el descanso y encuentro de los moradores y visitantes de la urbe.

En su parte central se encuentra un imponente monumento al sol, con la estatua del general Rumiñahui. El parque está ubicado en el sector norte de la ciudad de Otavalo, junto al hospital San Luis y a la Subjefatura de Policía.

PLAZOLETA GONZÁLES SUÁREZ

Es otro de los espacios céntricos de la ciudad de Otavalo. Está ubicado en las calles Roca y Abdón Calderón. Es apto para el descanso durante el día y también en las noches, pues cuenta con iluminación ornamental y dos piletas de cuyo interior fluyen chorros de agua que toman atractiva la visita al lugar.

Además, se encuentra junto a la iglesia de El Jordán, que también constituye un atractivo histórico-religioso de la urbe.



PARQUE BOLÍVAR

Es el sitio ornamental céntrico de la ciudad de Otavalo. Sus árboles, jardineras y espacios verdes son un atractivo que se complementa con la vista del edificio municipal, el templo de San Luis y la efigie del General Rumiñahui. Desde el parque Bolívar se puede acceder a diferentes sitios turísticos, como los mercados de comida y artesanías.

20



VOLCÁN IMBABURA

Está situado en el centro de la provincia de Imbabura, se eleva a 4.639 msnm. Es un volcán que lleva el mismo nombre de la Provincia, al norte del volcán y sus faldas se encuentra la ciudad de Ibarra y al sur el lago San Pablo (Imbacucha) muy cerca a la ciudad de Otavalo.

Es un volcán apagado y es uno de los referentes culturales de las poblaciones locales, pues lo llaman el "Tayta Imbabura" de donde han surgido varios mitos y leyendas. Este volcán aparece en muchos guías de la montaña y es una de las más recomendadas para la aclimatación y las prácticas antes de ascender a las otras montañas y nevados del Ecuador.

Pucará Rey Loma

Es una colina ubicada a cinco kilómetros al Este de la ciudad de Otavalo. Según datos históricos, fue uno de los principales sitios de resistencia de las poblaciones antiguas contra el dominio Inca. Desde su cima se puede apreciar una incomparable vista panorámica del lago San Pablo, el volcán Imbabura y el valle de Otavalo

Cerro Fuya Fuya

El Fuya Fuya es preferido por los turistas que gustan del andinismo en sus diferentes especialidades. En el sector existen tres senderos que llevan a la cumbre del cerro desde donde se puede divisar la cumbre de los volcanes Imbabura, Cotacachi y Cayambe.

Está ubicado cerca de las Lagunas de Mojanda, pasando la población de Pedro Moncayo a 17 km. al sur de Otavalo. Cuenta con una altura de 4.275 metros.

Cuenta con un clima templado, su temperatura es variable entre los 7 y 9 grados centígrados. En lo que respecta a fauna podemos observar varias especies entre ellas tenemos la liebre de páramo, aves como el cóndor, conejos silvestre, curiquingues, águilas.

Entre las especies que caracteriza a la flora podemos encontrar el bosque de polilepis considerado como una especie forestal, la paja, el sumfo que se la considera como una planta aromática, entre otras, se puede observar también especies que corresponde a un bosque primario de la zona alto andina.

21

IGLESIA SAN LUIS

La Iglesia San Luis está ubicada en el Parque Central Otavalo, rodeado por edificaciones tradicionales y modernas. Fue la primera capilla primitiva de la ciudad. Entre 1676 y 1679 se transformó en un gran templo de arquitectura sencilla, con una sola nave construida de cal y ladrillo. En el año de 1868 fue destruida por el terremoto de Ibarra y en 1880 se inició su restauración y 10 años después fue terminada.

El actual Santuario de San Luis es de torre octogonal, consta de una sola planta básica de tres naves que rematan airoosamente en una cúpula coronada de una capulilla de ocho ventanales, en la que se orienta una cruz de hierro.

Al interior se puede observar hermosas imágenes esculpidas a mano, en la Iglesia de San Luis se le venera al Señor de Las Angustias que se lo considera como el patrono de los otavaleños. Cada año en el mes de mayo el pueblo de Otavalo participa en las actividades realizadas en homenaje a la imagen.

La imagen del Señor de las Angustias es la más relevante del templo, data del año 1737 y fue tallado por artesanos de la Escuela Quiteña, por lo que muchos le atribuyen a Sangurima o sus discipu-



los. Este conjunto fue donado por el rey Felipe II de España como premio por las abundantes rentas que enviaban los dueños de los obrajes del corregimiento de Otavalo.

Iglesia El Jordán

La iglesia del Jordán fue construida después de los cataclismos de 1868 y 1906 el nuevo templo de origen colonial data de 1925 y abrió sus puertas para la fe de su pueblo en 1964.

El templo es de estilo histrirista manierista con elementos de arquitectura Griega-Romana y renacentista.

La fachada de piedra compuesta de tres cuerpos resaltan columnas con capitel corintio y hornacinas con las imágenes de San Pedro de Alcatraz y San Pascual Bailón, santa clara de Asís y santa Isable Reina de Hungría. Ene. Timpano sobresale la imagen del Sagrado Corazón de Jesús y dos torres laterales en cinco cuerpos.



LAGUNA DE MOJANDA



En la zona de Mojanda encontramos 3 lagunas:

- La laguna grande, que tiene un perímetro de 7.7 km y una superficie de 271 hectáreas.
- La laguna negra, que posee un perímetro de 1.37 km y la superficie de 11.4 hectáreas.
- La laguna pequeña, con un perímetro de 0.37 km y una superficie de 1.07 hectáreas.

Este complejo de 3 lagunas se encuentra ubicado a 16 km (40 minutos) de Otavalo, a 3720 m.s.n.m. y con una temperatura del entorno de 8°C.

Estas lagunas se encuentran rodea-

das de montañas elevadas como el Fuya Fuya, que es un lugar propicio para la aclimatación, razón por la que varios andinistas lo visitan antes de ascender a montañas más altas.

La vegetación representativa es la paja Calamagrostis sp., Stipa ichu y bosques de yagual.

En esta zona el clima es frío y las condiciones del paisaje cambian de acuerdo al paso de las horas del día, por ello, es recomendado visitarlo en horas de la mañana ya que en la tarde la neblina oculta todo el paisaje.

A la llegada de la laguna grande, podemos encontrar pequeños puestos de comida típica de la zona.

¿Cómo llegar?

En vehículo propio

A la salida sur de Otavalo, tomamos el camino que nos lleva al barrio La Joya y luego el camino a la izquierda hacia la comunidad de Mojandita. El camino es empedrado hasta llegar a la primera laguna, la laguna grande, por lo que el acceso es fácil para todo tipo de vehículo.

En transporte público

No existe servicio de transporte público hacia las lagunas, por lo que se deberá contratar un taxi o una camioneta que nos lleve hasta la laguna grande y acordar también el costo de espera para que nos traigan de regreso.

Costo del pasaje: 15 USD de ida y 15 USD de regreso.

Temperatura promedio del lugar:
8°C

Altura del lugar:
3720 metros sobre el nivel mar

Qué llevar:

- Ropa abrigada
- Gafas de sol
- Cámara fotográfica
- Zapatos cómodos
- Gorra
- Guantes

Actividades que podemos realizar:

- Caminatas
- Pesca deportiva
- Picnic
- Camping
- Fotografía

Consejos y precauciones:

Los alrededores de la laguna grande, son el lugar propicio para acampar, pero en las noches la temperatura baja considerablemente, por lo que se debe tener cuidado de acampar con todo el equipo adecuado.

Así mismo, se puede realizar caminatas en los alrededores y si queremos subir al Fuya Fuya, se recomienda hacerlo con guías especializados, ya que el clima cambiante y la neblina pueden hacernos pasar un mal rato.

Para llegar a la laguna negra y la laguna pequeña, existen caminos vecinales de tercer orden que rodean a la laguna grande, por lo que es necesario contar con un vehículo 4x4, especialmente en épocas de invierno que para los vehículos normales es prácticamente imposible entrar.

Otavaló ahora cuenta con nuevas rutas ciclisticas para que todos sus visitantes y turistas descubran rincones y parajes llenos de emocionantes aventuras. Es la opción perfecta para los amantes de la naturaleza y para quienes disfrutan de paseos en compañía de amigos o familiares.

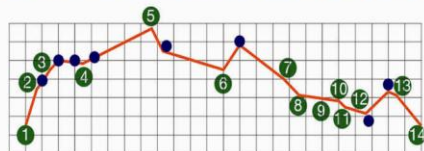
VUELTA A OTAVALO

Distancia del recorrido: 50 km.
Nivel técnico: Alto

señales en cicloturismo que debes conocer



simbología de la ruta



1. Salida Peguche Plaza Central / 2. Hostería Casa Sol, km 1.5 / 3. Comunidad Yakupata, km 0.500 / 4. Comunidad Pucará Alto, km 1.0 / 5. Y hacia el Lago San Pablo, Parque Cónдор y Lechero, km 1.0 / 6. Comunidad Cruz Loma, km 2.0 / 7. Espejo, cruce vial, km 1.0 / 8. Parroquia Espejo, km 1.0 / 9. Imbabuela Alto, km 9.0 / 10. Plaza de Toros Imbabuela, km 1.0 / 11. Km. 25. Cuatro esquinas, km 6.0 / 12. Comunidad Larkacunga, km 2.0 / 13. Hcda. Perugachi, km 5.0 / 14. Vi a Selva Alegre, km 2.0 / 15. Comunidad Gualsaquí, km 2.5 / 16. Comunidad Azama, km 2.5 / 17. Tramo asfaltado, km 0.200 / 18. Barrio San Eloy, km 0.800 / 19. Comunida Cotama, km 2.0 / 20. Comunidad Guanansí, km 3.0 / 21. Comunidad La Bolsa, km 1.0 / 22. Llegada Peguche Plaza Central, km 5.0. **TOTAL: 50 km**

26



CASCADA DE PEGUCHE

Distancia del recorrido: 12.2 km.
Nivel técnico: Bajo - Medio

señales en cicloturismo que debes conocer



simbología de la ruta



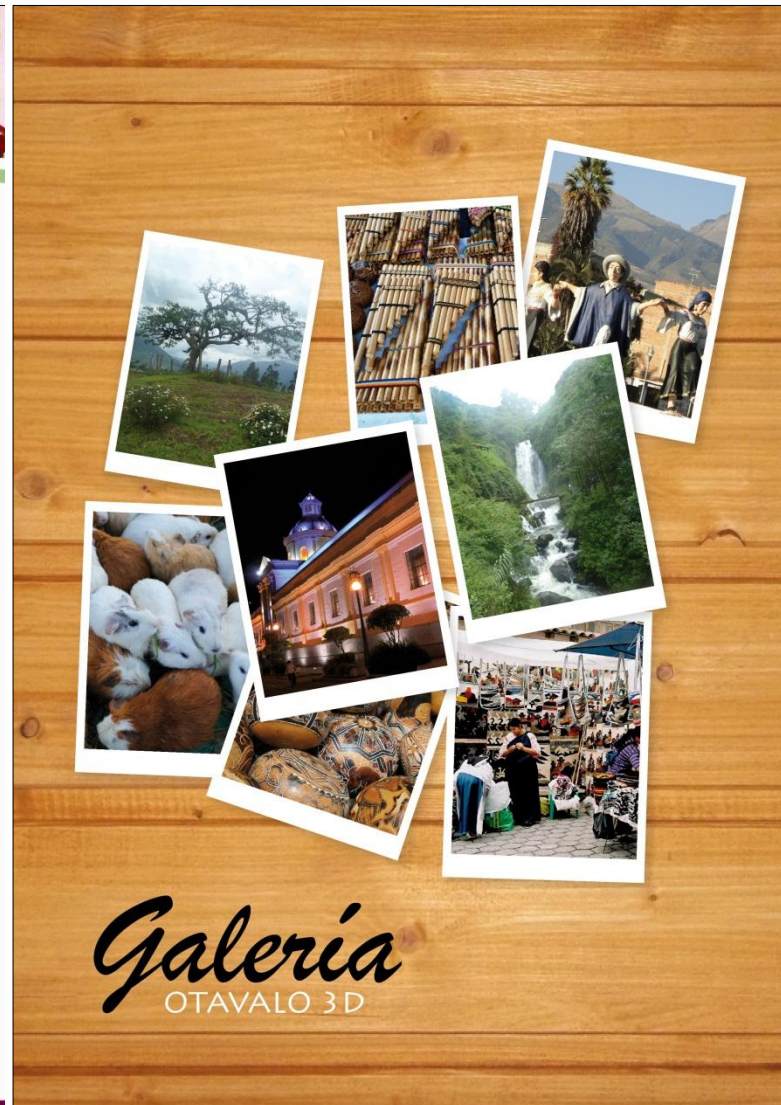
1. Salida Parque San Sebastián / 2. Entrada Cascada de Peguche, km 2.5 / 3. Hostería Casa Sol, km 0.200 / 4. Entrada Comunidad Yakupata, km 1.0 / 5. Puente sobre el Río de la Comunidad de Yakupata, km 1.0 / 6. Comunidad Pucará, km 1.0 / 7. Entrada al Parque Cónдор y Lechero, km 1.0 / 8. Comunidad Cruz Loma, km 2.0 / 9. Barrio Santa Anita, km 1.0 / 10. Monserrath Alto, km 1.0 / 11. Estación del Tren, km 0.500 / 12. Monserrath Bajo, km 0.500 / 13. Llegada al Parque San Sebastián, km 0.500. **TOTAL: 12.5 km**

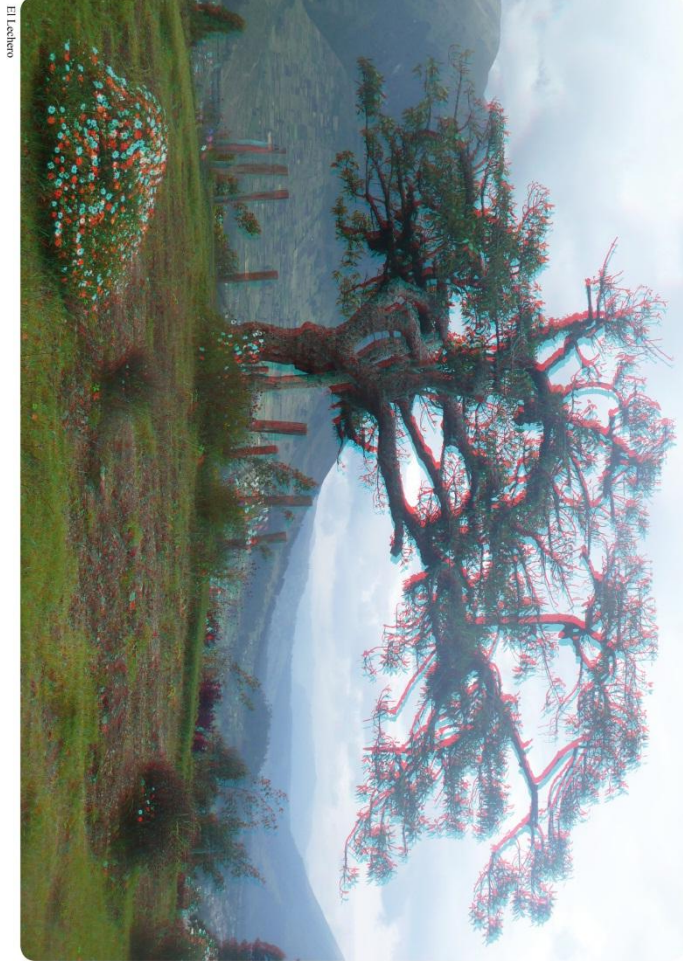
27



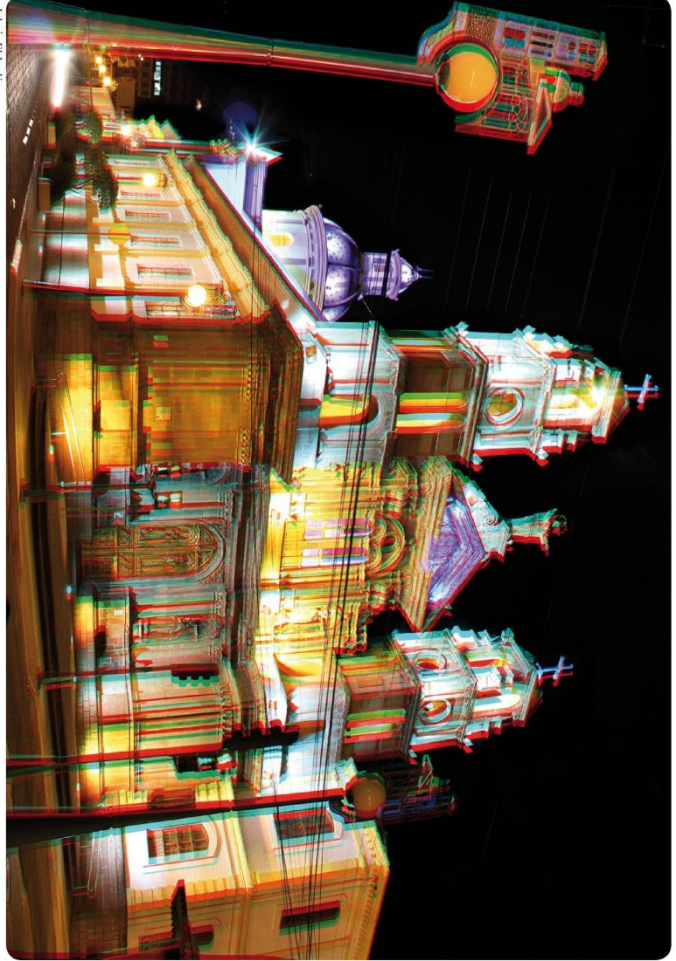
CALENDARIO ANUAL DE FESTIVIDADES

FECHA	FESTIVIDADES	LUGAR
ENERO	Año nuevo y desfile por el día de los inocentes	Calles de la ciudad
FEBRERO	Pawkar Raymi en la que se organizan diferentes actividades deportivas y culturales	Comunidades como Peguche, Agato e Ilumin
MARZO	Declaradopor el Gobierno Municipal "Mes de la Mujer". Se realizan diferentes actividades con la participación de las mujeres. Se celebra la fiesta de Coraza	En la ciudad y comunida- des de la parroquia de San Rafael de la Laguna.
ABRIL	Semana Santa. Resaltan "Los Ramos" (trabajos como faroles, canastas esteras, aventadores, anillos y otros hechos a mano con hoja de palmera)	En la ciudad y las comunidades
MAYO	Día de la Madre	En la ciudad y las comunidades
JUNIO	Festividades del Inti Raymi o fiesta del sol denominado tambien como San Juan. Se celebra en el solsticio de verano, inicia con el baño ritual que es un acto de purificación para el pueblo Kichwa. A demás se realiza diferentes actividades ya que este mes, es el "Mes del Niño y la Familia"	En Iluman (San Juan Pucyu), en la ciudad (Plaza de Ponchos), Cascada de Peguche, San Pablo del Lago y todas las comunidades
JULIO	La fiesta en honor a San Pedro y Santa Lucia	Comunidades de Quinchunqui, Peguche y otras comunidades
AGOSTO	La fiesta del Coraza y Pendoneros	Comunidades de la parroquia de San Rafael de la Laguna
SEPTIEMBRE	Fiestas del Yamor y Koya Raymi, una fiesta tradicional que representa en encuentro del hombre con la Pachamama. La bebida principal es el Yamor acompañada de unos exquisitos platos típicos	En la ciudad y sus diferentes barrios así como en las comunidades que salieron elegidas en el Vara Chimbachi
OCTUBRE	Fiesta de los Pendoneros, Fiesta Cívica de Otavalo. Eventos Octubre, tiempo de cultura	Desfile cívico y evento culturales del pueblo mestizo. Comunidades de la parroquia de San Rafael de la Laguna
NOVIEMBRE	Día de los Difuntos. Wakcha Karny como una costumbre propia del pueblo indígena en la que se comparten los alimentos	Cementerios de la ciudad y de las comunidades indígenas
DICIEMBRE	Eventos Diciembre Mágico, Navidad, pase del niño y años viejos con la participación de las lloronas y otros disfrazados	En la ciudad y las comunidades

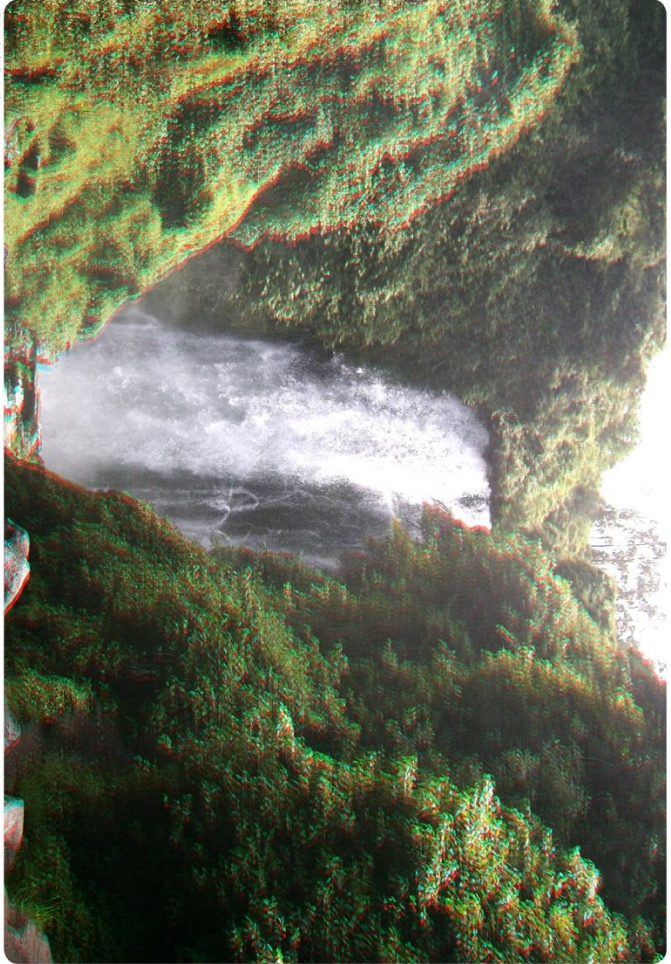




El Lashero



Iglesia El Jordán



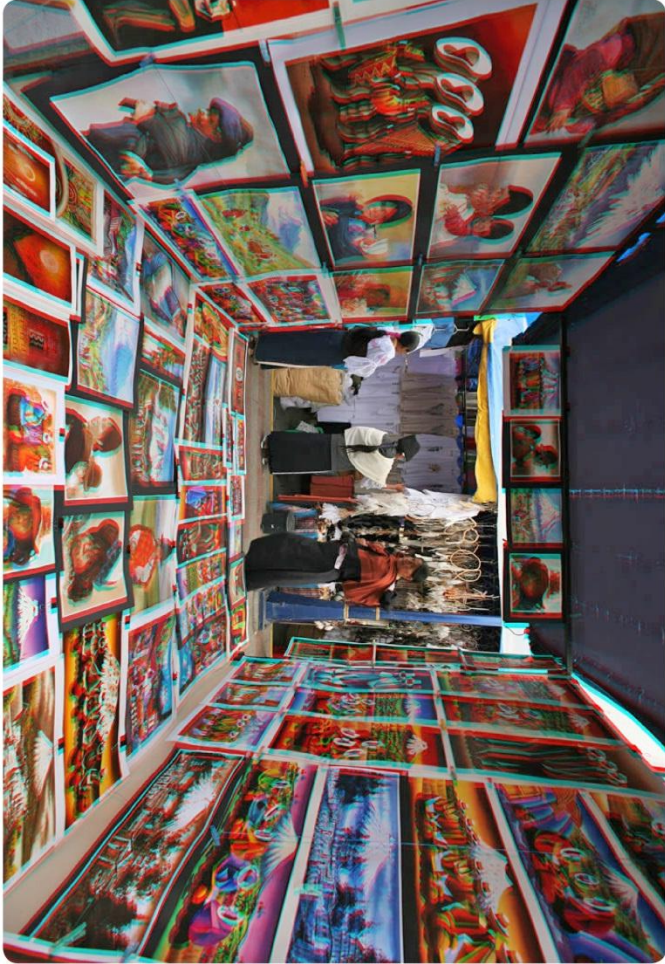
Cascada de Pequeña



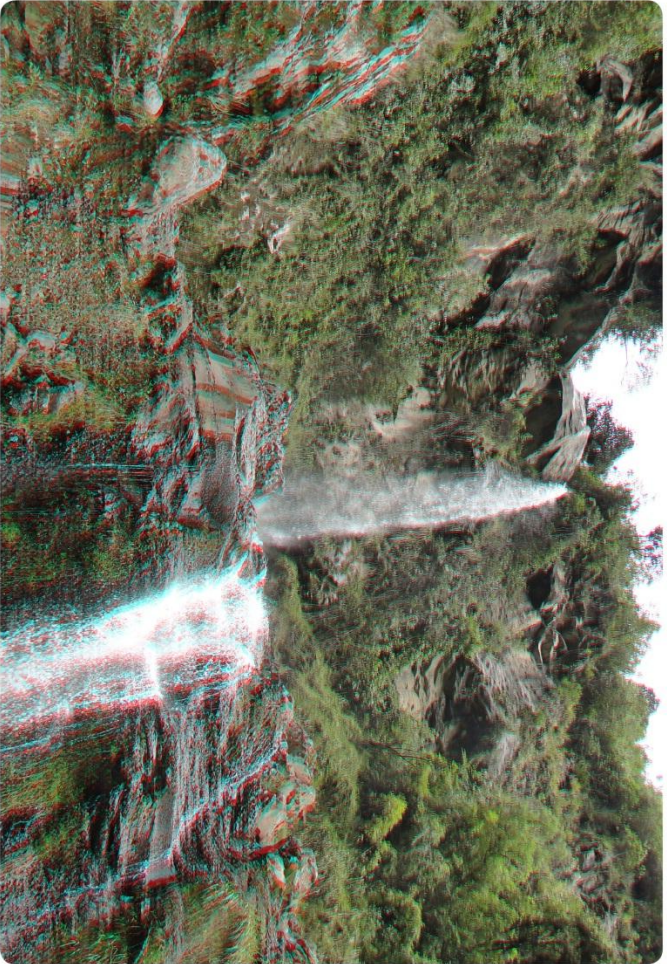
Piazza de Panchas



Laguna de Mojanda



Plaza de Puntinos



Cascada de Tamapamba



Feria de Animales



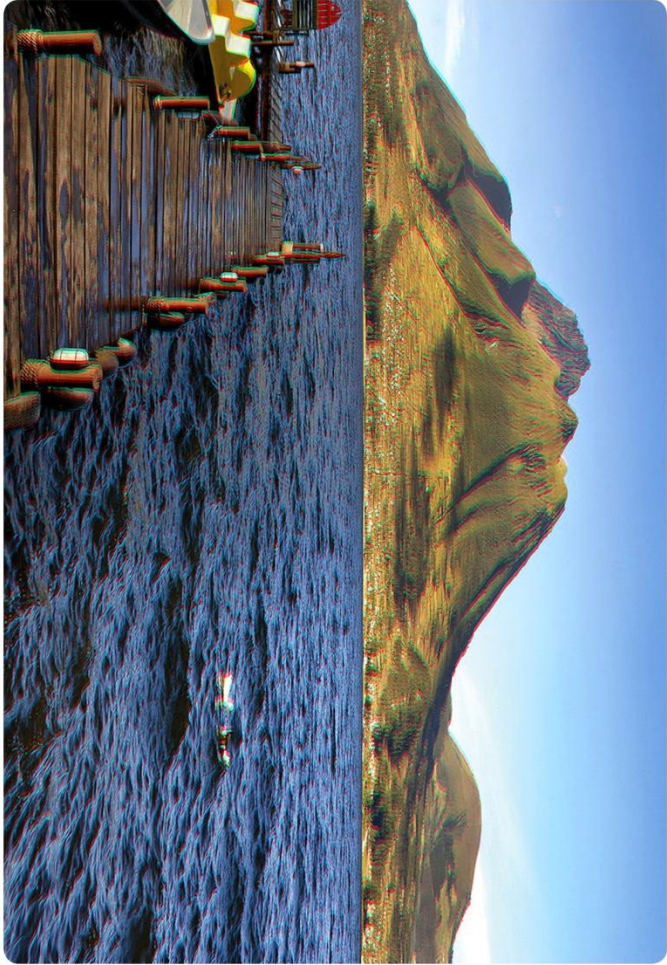
Feria de Animales

38

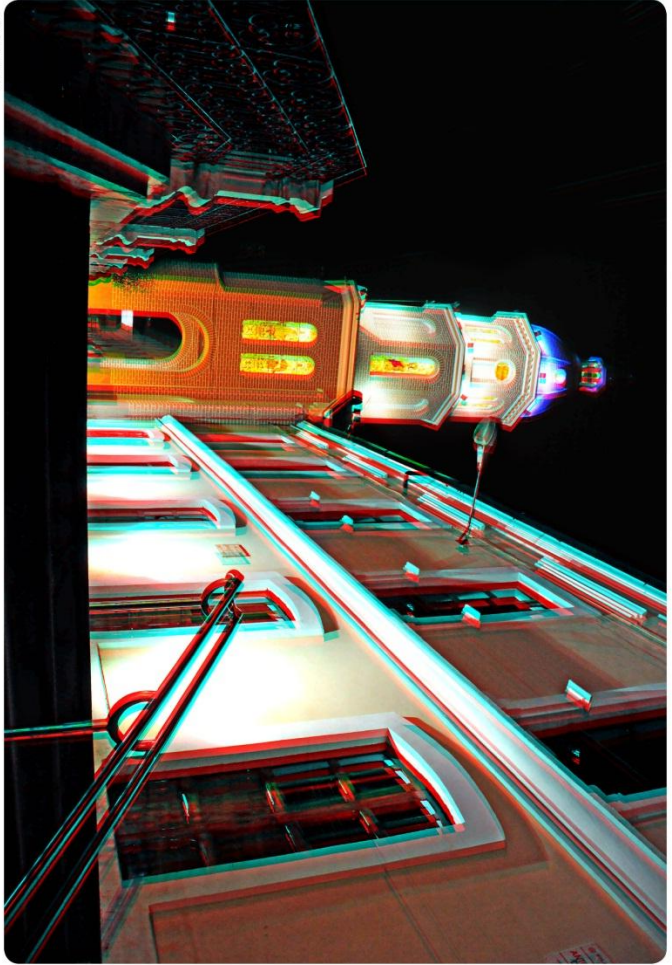


Aya Uma-Inti Raymi

39



Lago San Pablo

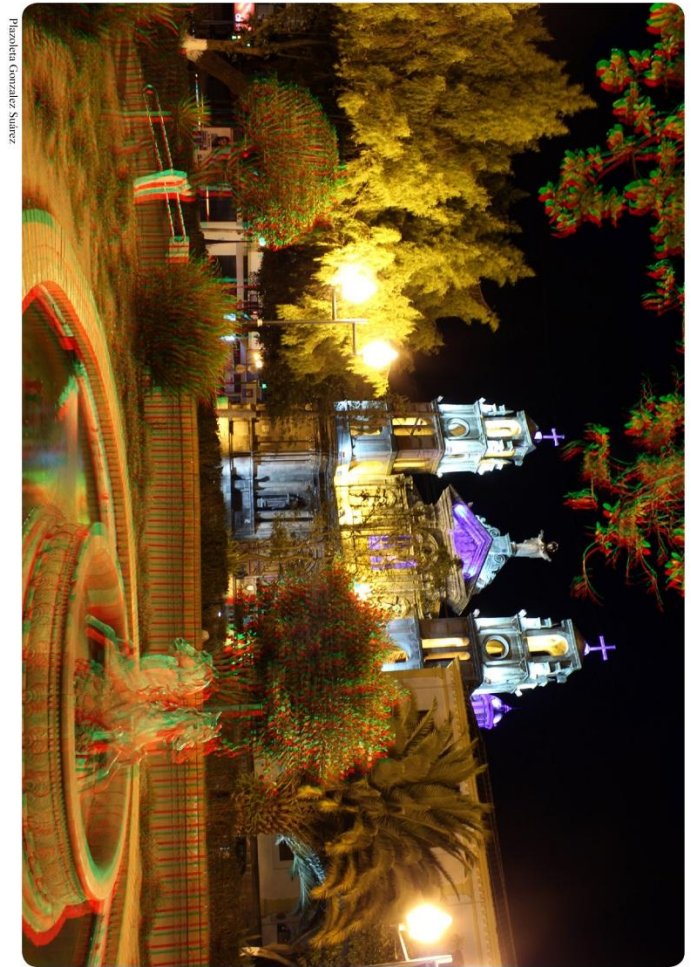


Iglesia San Luis



Mirador - Cascada de Peguche

43

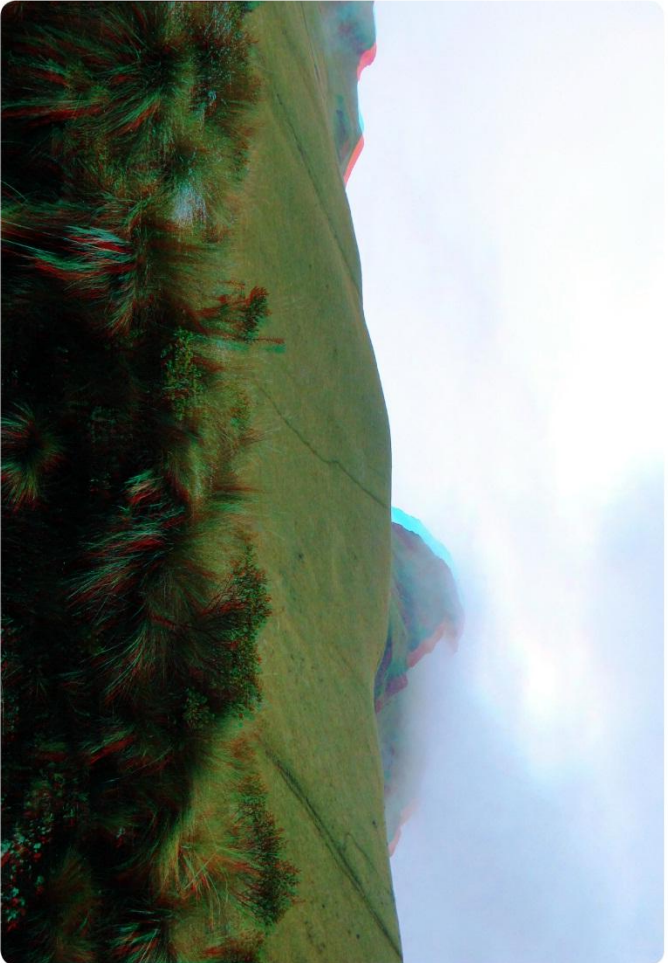


Mirador González Suárez

42



Recuerdo de los Danzantes



Cerro Faja Roja



Parque Kuntinhu



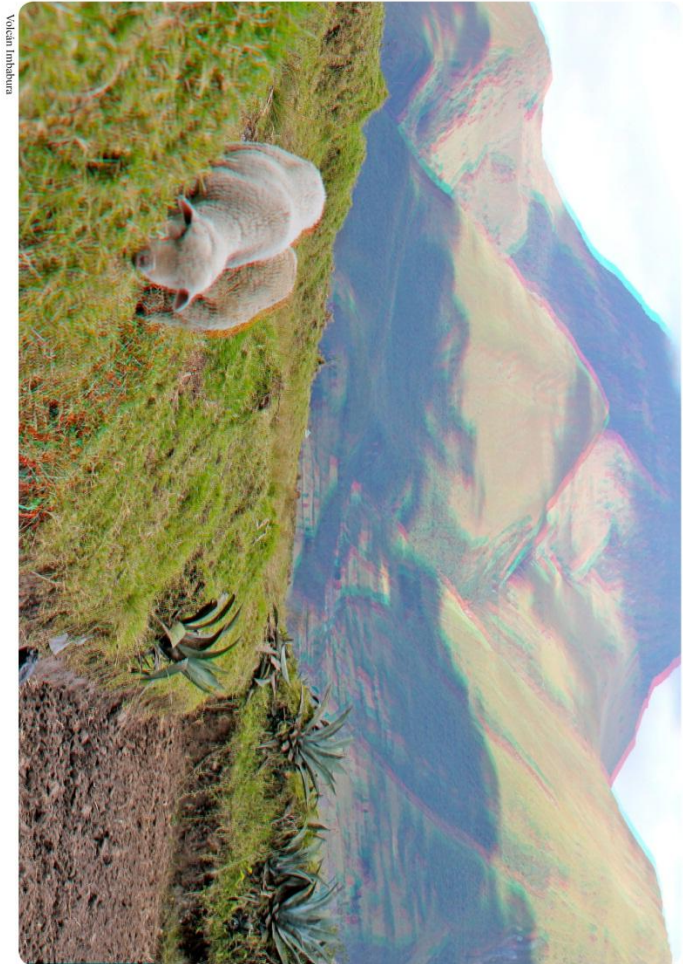
02 de Noviembre



Parque Simón Bolívar

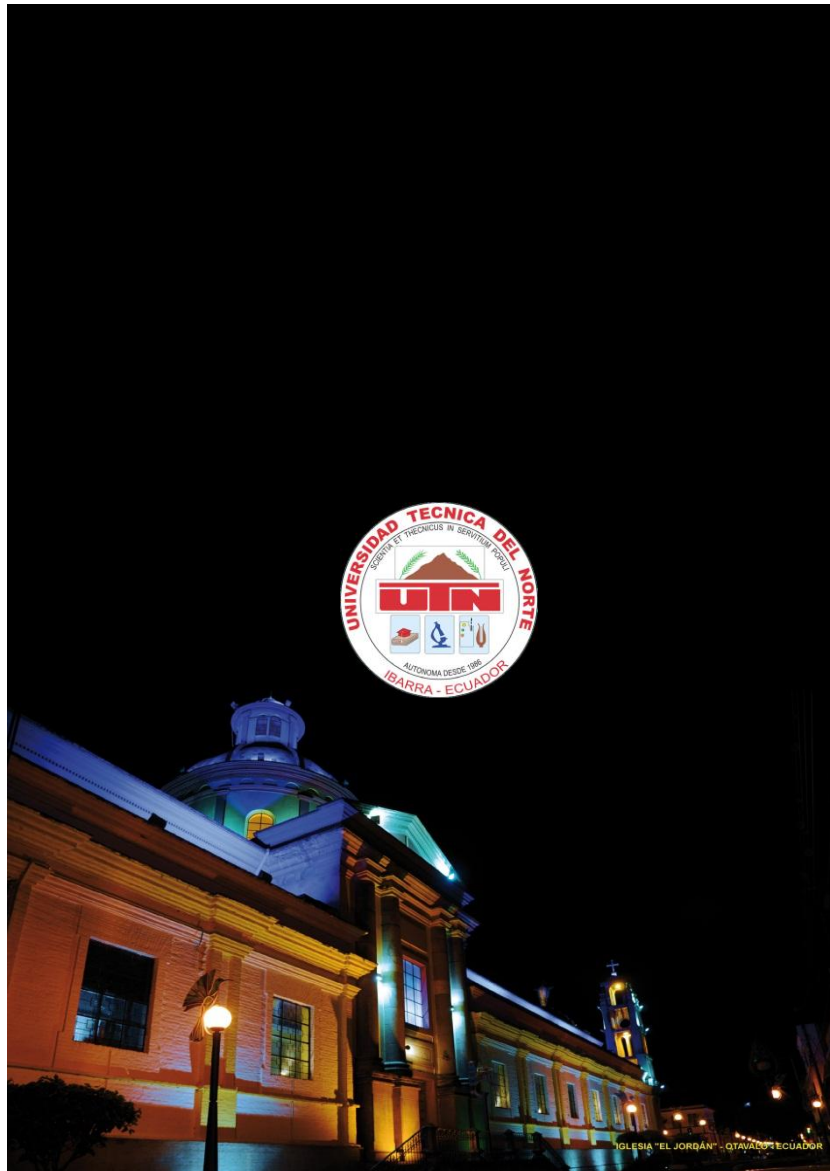


Cascada de Faguache



Volcani Inshakura





6.7. IMPACTOS

6.7.1. IMPACTO SOCIAL

La guía turística del Cantón Otavalo tendrá un impacto social ya que permitirá conocer la riqueza natural, histórica así como su cultura.

6.7.2. IMPACTO EDUCATIVO

Con la creación de esta guía impresa los estudiantes de los diferentes centros educativos podrán conocer de una manera innovadora a través del diseño editorial y el uso de fotografías 3D, los atractivos turísticos y la historia del Cantón Otavalo.

6.7.3. IMPACTO ECONÓMICO

La creación de la guía turística y sobre todo con la difusión de la misma permitirá un crecimiento económico en el cantón ya que esto atraerá a más turistas locales, nacionales y extranjeros.

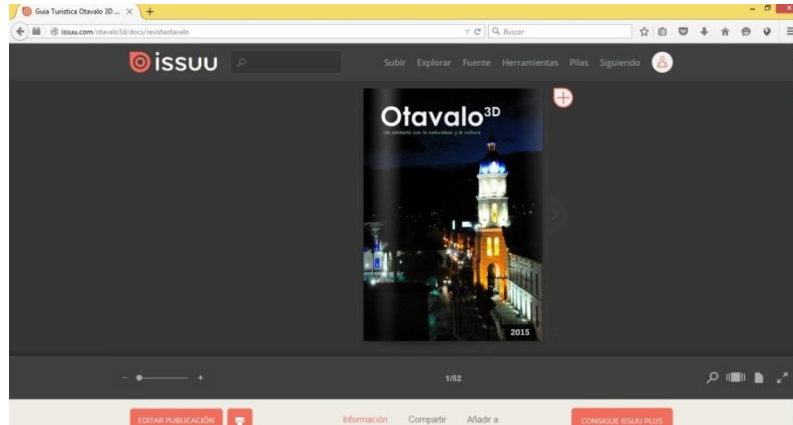
6.8. DIFUSIÓN

La Difusión de la guía turística se la realizará con el apoyo de la UNAIMCO en conjunto con el auspicio del Municipio de Otavalo, en el evento del Inti Raymi que se realiza cada año el mes de Junio, ya que en esta fecha se ve más presencia de turistas nacionales y extranjeros que visitan el Cantón Otavalo.

También se podrá encontrar una versión online a través de Isuu y Yumpu que son páginas que permiten crear de forma gratuita revistas online.

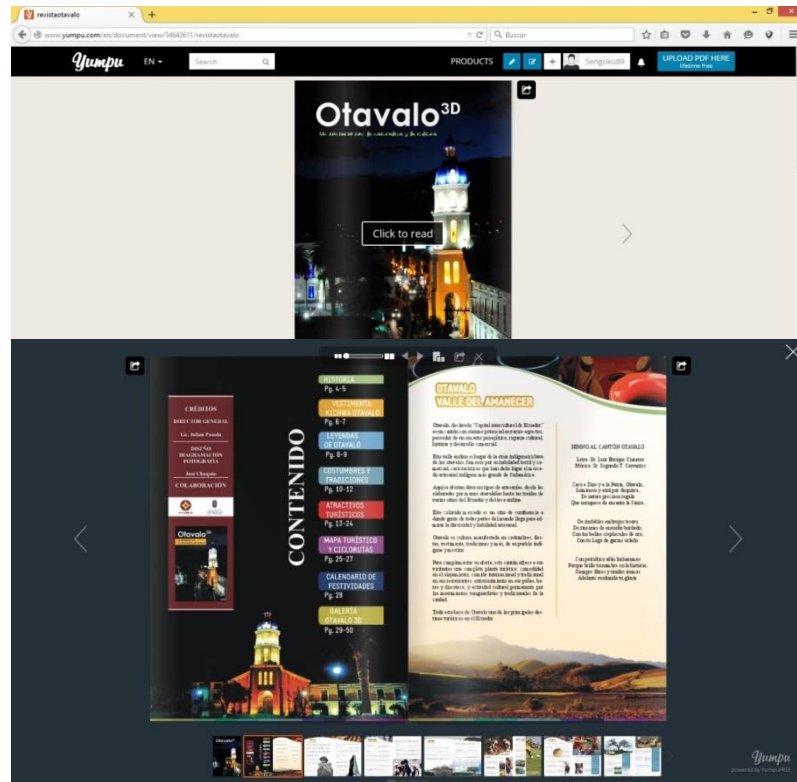


http://issuu.com/otavalo3d/docs/revistaotavalo





<http://www.yumpu.com/en/document/view/54643611/revistaotavalo>



6.8.1. FINANCIAMIENTO

Sector Público: Mediante el Municipio de Otavalo y La UNAIMCO, que formuló parcialmente el financiamiento para la creación y difusión de la guía.

6.8.2. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

La guía turística será distribuida en distintos puntos estratégicos como son: El Municipio de Otavalo, La UNAIMCO, Agencias de turismo, sitios de alta fluctuación turística.

6.8.3. PRECIO DEL PRODUCTO

El costo tentativo de la guía turística es de \$3,50 USD, incluido un par de gafas 3D.

6.8.4. PRESUPUESTO

CANT.	DESCRIPCIÓN	V. TOTAL
300	Guía tamaño A4 impresión full color tiro y retiro (52 páginas, hojas internas en couche de 150 gramos y portada en couche de 300 gramos)	900,00
300	Gafas 3D	45,00
TOTAL		945,70

6.9. BIBLIOGRAFÍA

- CAMPOS C. (2008). "Reticula: Soluciones Creativas para el diseñador gráfico". Gustavo Gili.
- CAMPOS Victor, Alban.; Gean Carlo, Apolinario.; Sotomayor Carpio. y Alberto Carlos. (2009) "Diseño Gráfico". Lima: Megabyte.
- CESAR H. Cotacachi V. (2003). "Otavalo Valle del Amanecer". Editorial Nuevo Arte
- COVIELLA, J. M. & Coviella, M. A. (2009). "Guía de Campo InDesing CS3". Alfaomega.
- De Souza, J. (2001). "La dimensión institucional del desarrollo sostenible. Manuscrito, documento de trabajo del programa de maestría de manejo comunitario de recursos naturales". Universidad Católica, Ibarra.
- Gobierno Municipal De Otavalo (2001). "Plan de Vida Cantonal". Otavalo-Ecuador.
- GURRIA, M. (2000) "Introducción al Turismo". 1ª edición
- KARLIS, David. (2010). "Adobe InDesing CS4: Técnicas Esenciales". McGraw-Hill.
- MEDIAactive. (2011). "Manual de Photoshop CS5". Alfaomega
- Ministerio De Turismo Del Ecuador (2000). "Plan de Competitividad turística del Ecuador". Quito-Ecuador.
- Ministerio De Turismo Del Ecuador (2001). "Manual de Planificación Estratégica Participativa". Quito- Ecuador.

- Ministerio De Turismo Del Ecuador Y OMT (2000). "Diagnóstico de competitividad turística del Ecuador". Quito-Ecuador.
- LUPTON, E. & Cole, P. J. (2009). "Diseño Gráfico: Nuevos Fundamentos". Gustavo Gili.
- SAMAR, Timothy. (2011). "Diseñar con o sin retícula". Barcelona: Gustavo Gili.
- SHERIN, Aaris. (2013). "Elementos del diseño: Fundamentos del color". Barcelona: Paidotribo.

LINKCOGRAFIA

- www.diseñograficreticulas.com
- <http://ecuador.travel/>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Anaglifo>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Estereoscop%C3%ADa>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Fotograf%C3%ADa>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Composici%C3%B3n_fotogr%C3%A1fica
- <http://leyendasdelecuador1.blogspot.com/2012/12/hola-gente-como-estan-bueno-este-es-mi.html>
- www.otavalo.gov.ec
- <http://provinciadeloslagos.blogspot.com/2011/09/leyendas-de-mi-provincia.html>
- <http://visitotavalo.com/>

ANEXOS

Anexo 1 PROCESO DE ELABORACIÓN DE IMÁGENES 3D

1. Partiremos de una imagen 2D, la imagen debe ser adecuada, con esto queremos decir que debe estar compuesta por distintos campos y tener textura en todos ellos, es además conveniente, evitar las imágenes que tengan excesos de tonos verdes y rojos ya que podría confundir un poco el efecto.



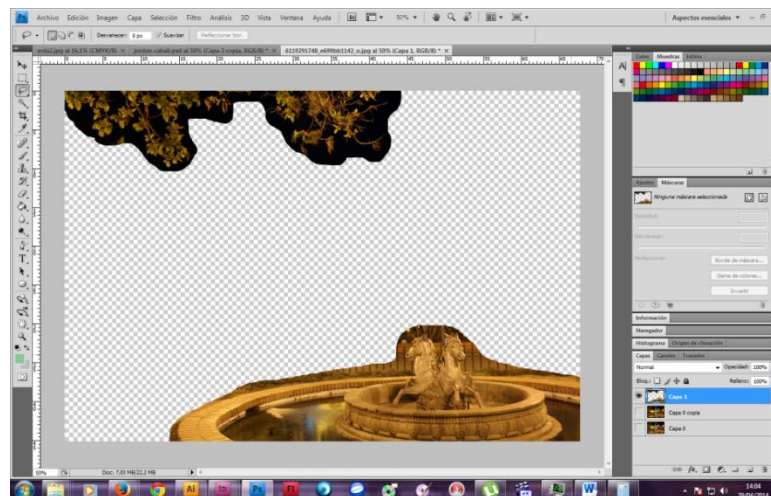
2. Una vez que hemos seleccionado la imagen vamos a definir los distintos campos de la misma, estos los distinguiremos con el siguiente orden:



Los objetos o modelos que estén más cerca pero en el mismo plano lo definiremos como primer campo.

El segundo campo estará compuesto por todos los objetos o modelos que queden detrás del primer campo pero en el mismo plano.

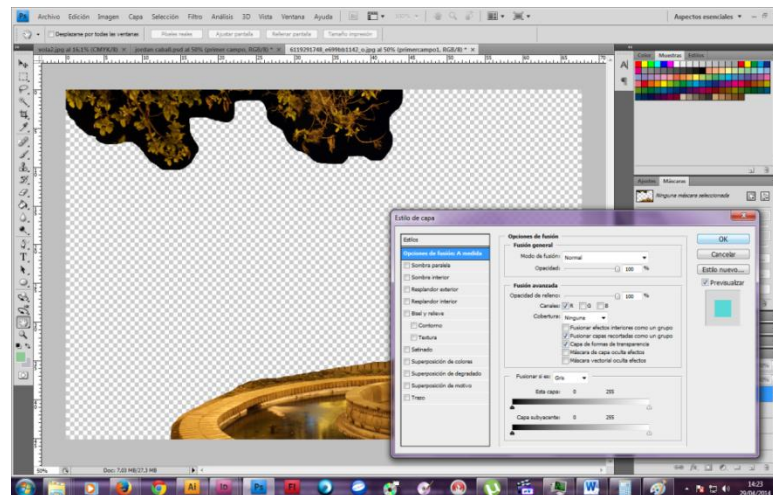
Así, sucesivamente, definiremos todos y cada uno de los campos que contenga la imagen



3. Primer Campo

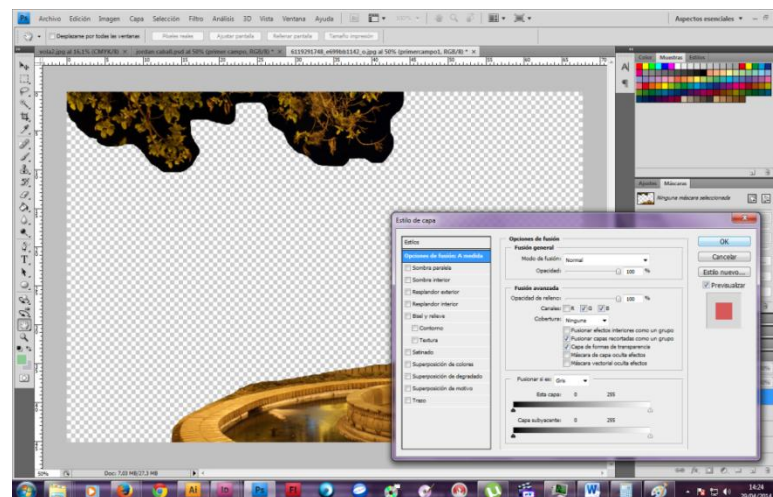
Una vez finalizado este paso abrimos la imagen en adobe Photoshop. Con la imagen en el editor, lo primero que vamos a hacer es duplicar la capa (Control + J) para tener siempre la imagen original en la paleta capas.

Hecho esto, escogemos la herramienta lazo y seleccionamos solo los elementos del primer campo, ahora presionamos Control + C y Control + V, así se copiaran en una nueva capa solo estos elementos, a esta capa la nombraremos primer campo.

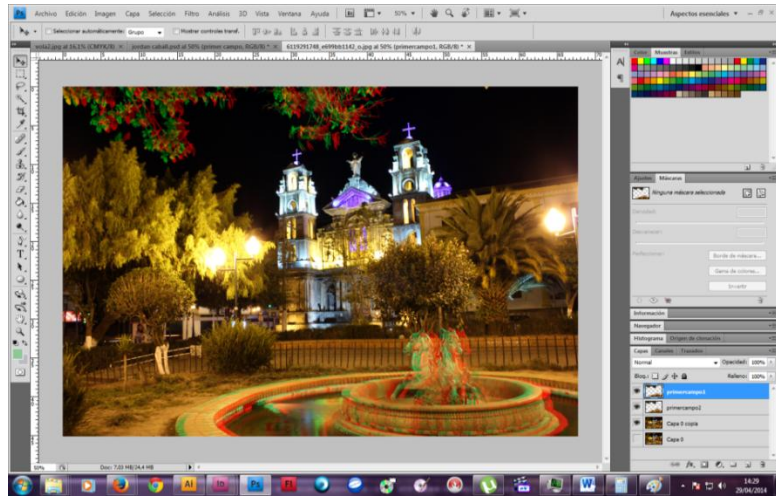


Una vez hecho esto duplicamos la capa, hacemos doble click en la primera capa nos saldrá la ventana de estilo de capa, en la opción de funciones avanzadas solo activamos el canal R y presionamos OK.

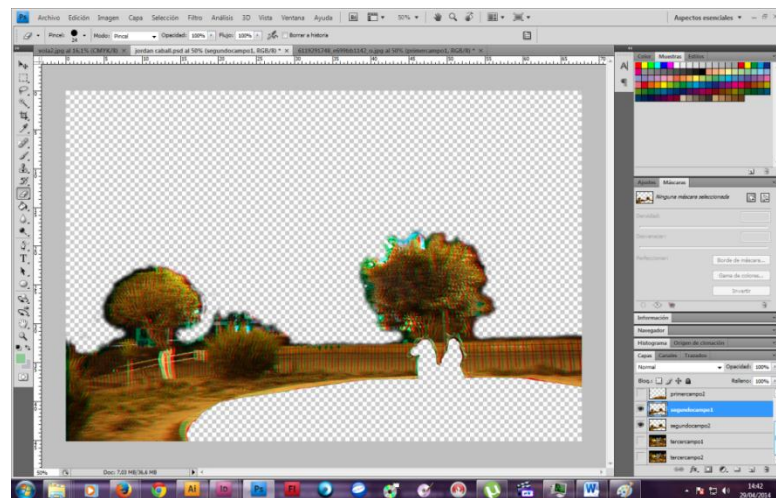
4. Ahora con la segunda capa hacemos el mismo procedimiento, pero esta vez activamos los canales G y B.



Seleccionamos la primera capa que tiene activado solo el canal R y vamos a desplazar la imagen 6 pixeles hacia la derecha con la herramienta mover (es conveniente hacerlo con la flecha hacia la derecha del teclado pulsando 6 veces con la herramienta mover seleccionada).

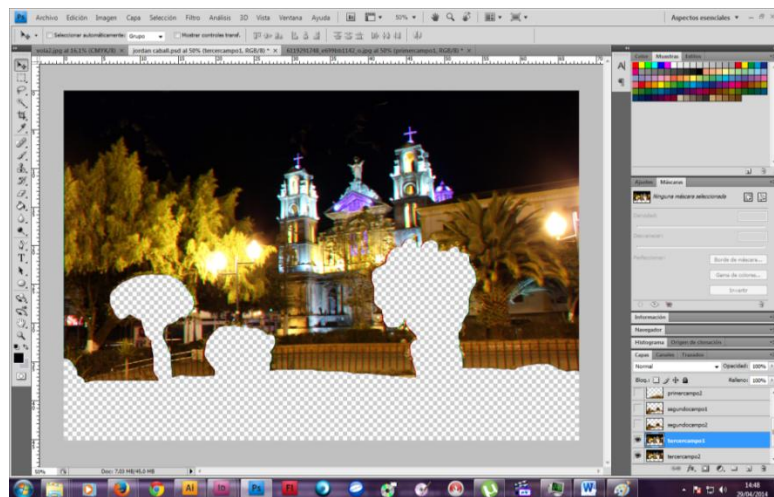


5. En el próximo paso, vamos a borrar todos esos que no aparezca en el primer campo, acabado este paso, ya podemos apreciar el efecto en el primer campo.

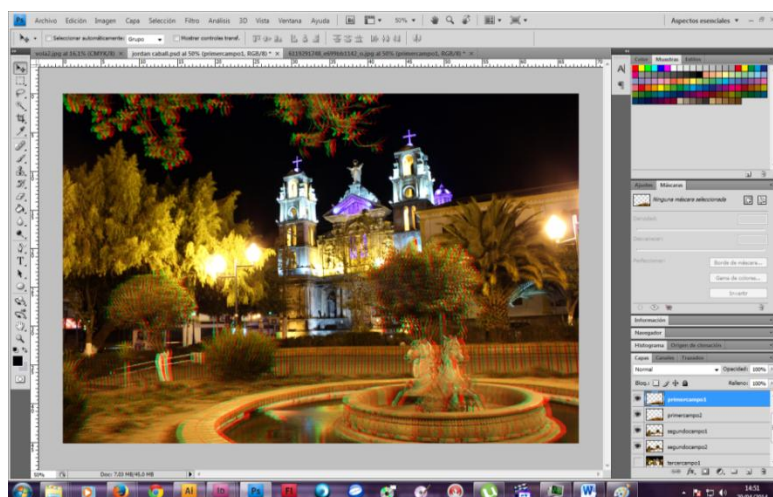


6. Pasamos a generar el efecto en el segundo campo de la imagen. Los pasos a seguir son iguales que los que hemos seguido para el primer campo. Duplicamos la capa original, seleccionamos el canal rojo y desplazamos la imagen. La diferencia es, que en este caso, desplazaremos la imagen solo 4 píxeles hacia la derecha.

En caso de que nuestra imagen contenga más de dos campos y queramos aplicarles el efecto, seguiremos los pasos anteriores cambiando el número de píxeles de desplazamiento de 2 en 2 siendo 2 píxeles menos en cada campo añadido.

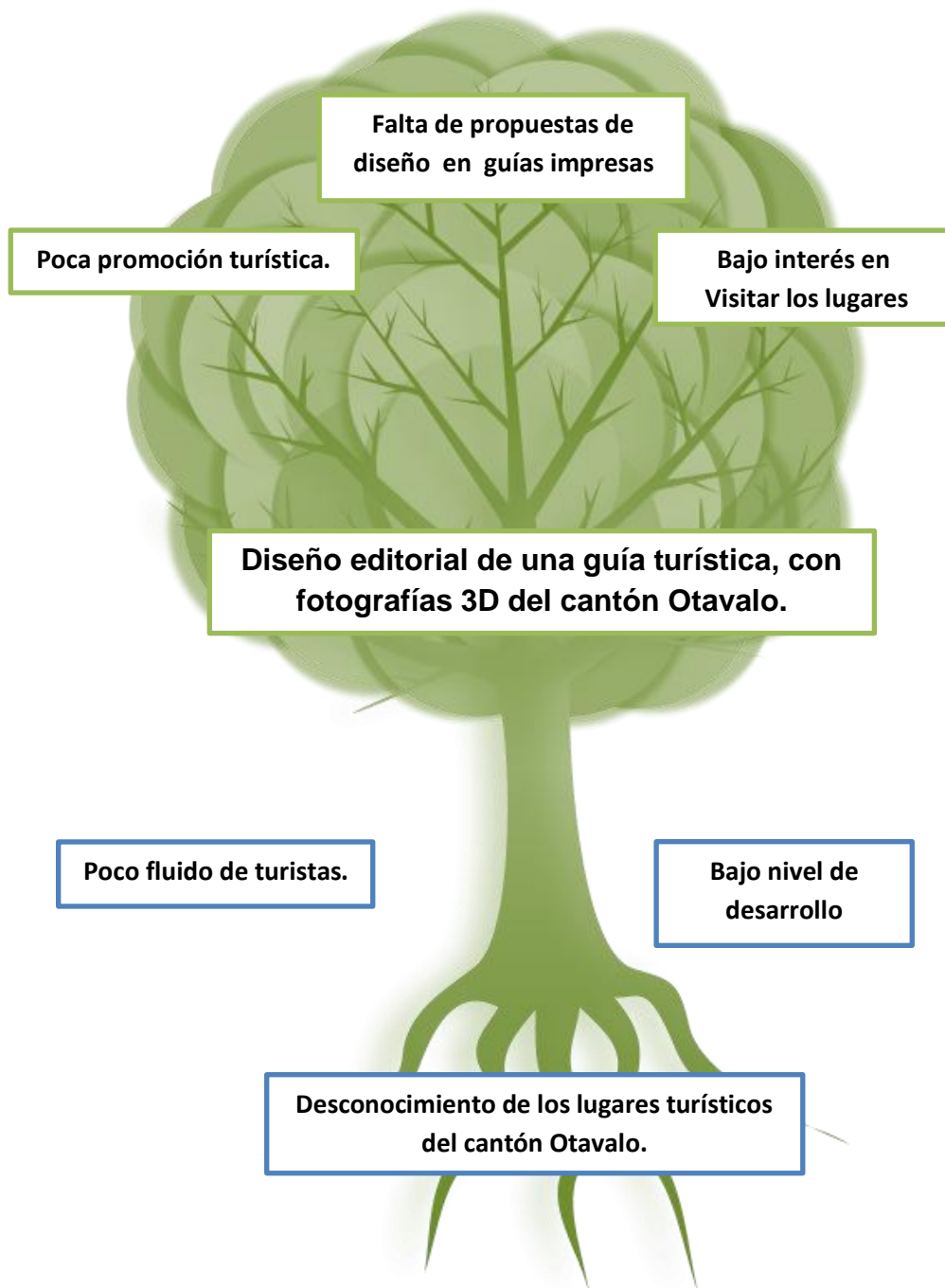


Es importante el orden de las capas, el cual debe situar en primer lugar la capa correspondiente al primer campo. En segundo lugar, el segundo campo etc.



Y una vez hecho el mismo procedimiento con todas las capas, tendremos nuestra imagen 3D terminada.

Anexo 2 ÁRBOL DE PROBLEMAS



Anexo 3 MATRIZ DE COHERENCIA

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL
<p>¿Cómo usar el diseño editorial y las fotografías 3D para dar a conocer los atractivos turísticos que posee el Cantón Otavalo, a los turistas nacionales y extranjeros?</p>	<p>Utilizar el diseño editorial para diseñar y elaborar una guía turística del Cantón Otavalo, incorporando fotografías 3D, destinado a los turistas nacionales y extranjeros.</p>
INTERROGANTES DE LA INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo utilizar el diseño editorial para dar a conocer los atractivos turísticos del cantón Otavalo? • ¿Cómo captar la atención del lector a través del diseño editorial? • ¿Cómo realizar las imágenes 3D? 	<ul style="list-style-type: none"> • Sentar las bases conceptuales y técnicas que sustenten al proyecto a través del marco teórico. • Difundir la riqueza natural y cultural de Otavalo a través de un medio impreso. • Presentar una propuesta visual diferente de una guía turística del cantón Otavalo. • Socializar el proyecto ante la comunidad del cantón Otavalo, para su difusión.

Anexo 4 ENCUESTA

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

ESCUELA DE EDUCACIÓN TÉCNICA

La presente encuesta tiene por objetivo recabar la información para determinar las la frecuencia y necesidades de los turistas nacionales y extranjeros que visitan los atractivos turísticos del Cantón Otavalo.

1) ¿Qué fuentes de información usa a la hora de viajar?

Internet

Agencias u Operadoras

Revistas

2) ¿Es frecuente las visitas que usted realiza al Cantón?

Sí

No

3) ¿Ha recibido usted, de parte de las operadoras turísticas o el Municipio de Otavalo, algún medio impreso que le permita tener una adecuada información turística?

Si

No

Nada

4) ¿Conoce o ha recibido alguna guía turística del cantón Otavalo?

Sí

No

5) ¿Qué porcentaje de difusión cree que exista sobre el turismo?

50%

75%

100%

Nada

6) ¿Seleccione lo que crea conveniente debe ofrecer la guía turística?

- | | |
|-------------------------------|--------------------------|
| Imágenes | <input type="checkbox"/> |
| Reseña Histórica | <input type="checkbox"/> |
| Información en Inglés | <input type="checkbox"/> |
| Mapas de Ubicación | <input type="checkbox"/> |
| Inf. De Hoteles y Restaurants | <input type="checkbox"/> |
| Lugares Turísticos | <input type="checkbox"/> |

7) ¿Cree Ud. que la creación de una guía turística con fotografías 3D permitiría la reactivación de otros sitios turísticos?

Sí

No

8) ¿De existir una guía turística con fotografías 3D estaría dispuesto a adquirirla?

Sí

No

9) En su opinión, ¿Quién es el que más gana a causa del turismo?

- | | |
|--------------------------|--------------------------|
| Usted | <input type="checkbox"/> |
| El país | <input type="checkbox"/> |
| La cultura | <input type="checkbox"/> |
| Las empresas locales | <input type="checkbox"/> |
| Las empresas extranjeras | <input type="checkbox"/> |
| El medio ambiente | <input type="checkbox"/> |
| No hay ganadores | <input type="checkbox"/> |

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



**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:	1003181417		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Chuquín Chuquín José Eduardo		
DIRECCIÓN:	Otavalo, ciudadela Jacinto Collaguazo segunda etapa		
EMAIL:	www.joedu@yahoo.es		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL	0999187010

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"DIFUSIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN OTAVALO A TRAVÉS DE UNA GUÍA IMPRESA CON FOTOGRAFÍAS EN 3D, DESTINADO A LOS TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS EN EL AÑO 2013-2014."
AUTOR (ES):	Chuquín Chuquín José Eduardo
FECHA: AAAAMMDD	
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Título de Licenciado en la especialidad de Diseño Gráfico
ASESOR /DIRECTOR:	LIC. Julián Posada

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Chuquín Chuquín José Eduardo, con cédula de identidad Nro. 1003181417, 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 144.

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, a los 17 días del mes noviembre de 2015

EL AUTOR:

(Firma).....

Nombre: Chuquín Chuquín José Eduardo
C.C. 1003181417




UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, Chuquín Chuquín José Eduardo, con cédula de identidad Nro. 1003181417 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 titulado: **“DIFUSIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN OTAVALO A TRAVÉS DE UNA GUÍA IMPRESA CON FOTOGRAFÍAS EN 3D, DESTINADO A LOS TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS EN EL AÑO 2013-2014”** que ha sido desarrollada para optar por el Título de Licenciado en la especialidad de 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.

Ibarra, a los 17 días del mes de noviembre de 2015

(Firma).....
Nombre: Chuquín Chuquín José Eduardo
Cédula: 1003181417