



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

TEMA:

“DESARROLLO DE UN CATÁLOGO DE TARJETAS POSTALES PARA DIFUNDIR LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN COTACACHI EN LA PROVINCIA DE IMBABURA, ECUADOR”

Plan de Trabajo de Grado previo a la obtención del título de
Licenciada en Diseño y Publicidad

AUTOR: Calderón Neuta Ivón Marithza

DIRECTOR: Msc. David Ortiz

Ibarra, 2014

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR

Luego de haber sido designado por el Honorable Consejo Directivo de la Facultad de educación, Ciencia y tecnología de la Universidad Técnica del Norte de la ciudad de Ibarra, he aceptado con satisfacción participar como Director de tesis con el siguiente tema: **“DESARROLLO DE UN CATÁLOGO DE TARJETAS POSTALES PARA DIFUNDIR LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN COTACACHI EN LA PROVINCIA DE IMBABURA, ECUADOR”**, trabajo realizado por *Calderón Neuta Ivón Marithza*, previo a la obtención del título de Licenciada en Diseño y Publicidad.

Al ser testigo presencial, corresponsable directo del desarrollo del presente trabajo de investigación, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sustentado públicamente ante el tribunal designado.

ATENTAMENTE,

Ciencia y técnica al Servicio del Pueblo

Msc. David Ortiz Dávila

Director del trabajo de grado

AGRADECIMIENTOS

En la vida, las cosas que realmente valen la pena tienen sacrificio. La realización de este proyecto es el resultado de mi esfuerzo. Desde mi corazón le doy gracias a Dios, por colocar en mi camino a todas las personas que me han animado para la elaboración de este proyecto. Debo agradecer especialmente a mi amigo Carlos Cevallos por su apoyo incondicional, a mi tutor de proyecto, David Ortiz, por su paciencia y colaboración, a Viviana Navarro, Juan Pablo, Lorena y a la Universidad Técnica del Norte por darme la oportunidad de crecer profesionalmente.

“Mejor es el fin de un asunto que su comienzo”. Eclesiastés 7:8

ÌNDICE GENERAL

Certificación de aceptación del Director	ii
Agradecimientos	iii
Índice	iv
Resumen	xiii
Abstrac	xiv
Introducción	xv
CAPÍTULO I	16
1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	16
1.1. Antecedentes	16
1.2. Planteamiento del Problema	17
1.3. Formulación del Problema	18
1.4. Delimitación	18
1.4.1. Objeto de estudio	18
1.4.2. Unidades de Observación	18
1.4.3. Delimitación Espacial	18
1.4.4. Delimitación Temporal	18
1.4.5. Subproblemas	18
1.5. Objetivos	19
1.5.1. Objetivo General	19
1.5.2. Objetivos Específicos	19
1.6. Justificación	19
CAPITULO II	21
2. MARCO TEÓRICO	21
2.1.1. Tarjeta Postal	23

2.1.1.2. Tipos de tarjetas postales	29
2.1.1.3. Tipología según usos	29
2.1.1.4. Tipología según lenguajes	30
2.1.1.5. Tipología según temática	30
2.1.1.6. Tipología por valor	32
2.1.1.7. Uso y función de la tarjeta postal	33
2.1.2. Fotografía	34
2.1.3. Atractivos turísticos	40
2.1.3.1. Clasificación de atractivos turísticos	40
2.1.4. Catálogo	41
2.1.4.1. Catálogo de productos	41
2.1.4.2. Catálogo de servicios	42
2.1.4.3. Catálogos electrónicos	42
2.1.4.4. Partes de un catálogo	43
2.1.5. Publicidad	44
2.1.5.1. Redes sociales	45
2.1.5.2. Facebook	45
2.1.5.3. You Tube	46
2.1.5.4. Flickr	46
2.1.5.5. Twitter	46
2.1.5.6. Blogs	47
2.1.6. Difusión	47
2.1.7. Material P.O.P.	48
2.2. Posicionamiento Teórico personal	48
2.3. Glosario de términos	49
CAPÍTULO III	51
3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	51
3.1. Tipos y niveles de Investigación	51
3.1.1. Cualitativa	51

3.1.2. De campo	51
3.1.3. Documental	51
3.1.4. Descriptiva	52
3.1.5. Exploratoria	52
3.1.6. Cuantitativa	52
3.1.7. Proyecto Factible	52
3.2. Métodos de Investigación	53
3.2.1. Observación	53
3.2.2. Recolección de información	53
3.2.3. Inductivo-Deductivo	53
3.2.4. Analítico-Sintético	53
3.2.5. Estadístico	54
3.3. Técnicas e Instrumentos	54
3.3.1. Encuesta	54
3.4. Población	54
3.5. Muestra	55
CAPÍTULO IV	56
4. ANÁLISIS Y CONTRASTACIÓN DE RESULTADOS	64
CAPÍTULO V	66
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	66
5.1. Conclusiones	66
5.2. Recomendaciones	67
5.3. Contestar las interrogantes de investigación en base a los resultados obtenidos.	68
CAPÍTULO VI	
6. PROPUESTA ALTERNATIVA	69
6.1. Título de la propuesta	69

6.2. Introducción	69
6.3. Justificación e importancia	70
6.4. Fundamentación de la propuesta	70
6.4.1. Fundamentación científica	71
6.4.1.1. Diseño	71
6.4.1.2. Catálogo	71
6.4.1.3. Tarjetas postales	72
6.4.1.4. Difundir	72
6.4.2. Fundamentación turística	73
6.4.2.1. Atractivos turísticos	73
6.5. Objetivos	77
6.5.1. Objetivo general	77
6.5.2. Recomendaciones para la Difusión	78
6.6. Ubicación sectorial y Física	78
6.6.1. Desarrollo de la propuesta	79
6.6.2. Público objetivo	79
6.6.3. Soporte-Formato-Software	79
6.6.3.1. Soporte	79
6.6.3.2. Formato	80
6.6.3.3. Software	81
6.6.4. Concepto Editorial	83
6.6.4.1. Estilos de texto	83
6.6.4.2. Retículas	84
6.6.5. Marca	86
6.6.5.2. Portada	88
6.6.5.5. Contraportada	91
6.6.5.6. Solapas	91
6.6.5.7. Créditos	91
6.6.6. Encuadernación	92
6.6.7. Selecciones-Clasificación	92

6.6.8. Navegación	129
6.6.9. Exposición del catálogo con tarjetas postales	130
6.7. Impactos	167
6.7.1. Impacto social	167
6.7.2. Impacto turístico	167
6.8. Difusión	168
6.9. Bibliografía	173
Anexos	175

ÌNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1	24
Gráfico 2	24
Gráfico 3	25
Gráfico 4	26
Gráfico 5	27
Gráfico 6	27
Gráfico 7	28
Gráfico 8	28
Gráfico 9	34
Gráfico 10	37
Gráfico 11	56
Gráfico 12	57
Gráfico 13	58
Gráfico 14	59
Gráfico 15	60
Gráfico 16	61
Gráfico 17	62

Gráfico 18	63
Gráfico 19	78
Gráfico 20	80
Gráfico 21	81
Gráfico 22	82
Gráfico 23	84
Gráfico 24	85
Gráfico 25	85
Gráfico 26	86
Gráfico 27	87
Gráfico 28	93
Gráfico 29	95
Gráfico 30	97
Gráfico 31	99
Gráfico 32	101
Gráfico 33	103
Gráfico 34	105
Gráfico 35	107
Gráfico 36	109
Gráfico 37	111
Gráfico 38	113
Gráfico 39	115
Gráfico 40	117
Gráfico 41	119
Gráfico 42	121
Gráfico 43	123
Gráfico 44	125
Gráfico 45	127
Gráfico 46	130
Gráfico 47	131

Gráfico 48	132
Gráfico 49	133
Gráfico 50	134
Gráfico 51	135
Gráfico 52	136
Gráfico 53	137
Gráfico 54	138
Gráfico 55	139
Gráfico 56	140
Gráfico 57	141
Gráfico 58	142
Gráfico 59	143
Gráfico 60	144
Gráfico 61	145
Gráfico 62	146
Gráfico 63	147
Gráfico 64	148
Gráfico 65	149
Gráfico 66	150
Gráfico 67	151
Gráfico 68	152
Gráfico 69	153
Gráfico 70	154
Gráfico 71	155
Gráfico 72	156
Gráfico 73	157
Gráfico 74	158
Gráfico 75	159
Gráfico 76	160
Gráfico 77	161

Gráfico 78	162
Gráfico 79	163
Gráfico 80	164
Gráfico 81	165
Gráfico 82	166
Gráfico 83	169
Gráfico 84	170
Gráfico 85	171
Gráfico 86	172

ÌNDICE DE TABLAS

Tabla 1	54
Tabla 2	55
Tabla 3	56
Tabla 4	57
Tabla 5	58
Tabla 6	59
Tabla 7	60
Tabla 8	61
Tabla 9	62
Tabla 10	63
Tabla 11	80
Tabla 12	84
Tabla 13	92
Tabla 14	94
Tabla 15	96
Tabla 16	98
Tabla 17	100
Tabla 18	102

Tabla 19	104
Tabla 20	106
Tabla 21	108
Tabla 22	110
Tabla 23	112
Tabla 24	114
Tabla 25	116
Tabla 26	118
Tabla 27	120
Tabla 28	122
Tabla 29	124
Tabla 30	126
Tabla 31	128
Tabla 32	168

ÌNDICE DE ANEXOS

Matriz categorial	176
Esquema de la propuesta	179
Marco administrativo	180
Cronograma de actividades	180
Recursos	181
Presupuesto	182
Árbol de problemas	183
Matriz de coherencia	184
Encuesta	185
Certificado del plan de trabajo de grado	187

RESUMEN

Este proyecto de investigación ha realizado el reconocimiento de los principales atractivos turísticos del cantón Cotacachi, perteneciente a la provincia de Imbabura, Ecuador. El primer capítulo explica lo relacionado al problema del cual trata la investigación propuesta: analizar la necesidad de resaltar la belleza paisajística del lugar, planteando objetivos que permitan llevar a cabo este trabajo eficazmente. El segundo capítulo menciona iniciativas de autores que han dado importancia a la tarjeta postal como medio de difusión y toda la metodología de la investigación: tipos, técnicas e instrumentos. El tercer capítulo describe los métodos que se utilizaron para hacer esta investigación: primero, realización de encuestas a la población del cantón Cotacachi y a los turistas que vienen a visitar la provincia de Imbabura con la finalidad de conocer, entre otros temas, las imágenes que les gustaría ver en las tarjetas, como podrían ser más llamativas, que función deben cumplir, en que sitios esperarían encontrarlas y que cuando ya la hayan adquirido que destino le darían; segundo, visita, observación, evaluación de los lugares de interés turístico y toma de fotografías de lo más sobresaliente del sitio: paisajes, flores, aves, mariposas, etc. Por último, con los resultados obtenidos se procedió al desarrollo de la propuesta alternativa: elaboración de un catálogo con tarjetas postales con diseños innovadores e interactivos.

ABSTRACT

This research project has made recognition of the main tourist attractions of Cotacachi, belonging to the province of Imbabura, Ecuador. The first chapter explains related to the problem, which the proposed research is: to analyze the need to highlight the scenic beauty of the place, raising targets to carry out this work effectively. The second chapter authors describe initiatives that have relevance to the postcard as a means of diffusion and all the research methodology: types, techniques and instruments. The third chapter describes the methods used for this research: first, surveys the population of Cotacachi and tourists who come to visit the province of Imbabura in order to know, among other subjects, the images were like to see in the cards, as they could be more striking, that function must fulfill, expect to find sites and when and what fate would have acquired it; second visit, observation, evaluation of the sights and taking pictures of the highlights of: landscapes, flowers, birds, butterflies, etc. Finally, with the results we proceeded to the development of the proposed alternative: making postcards with innovative and interactive designs.

INTRODUCCIÓN

El turismo, como práctica social incluye, viaje, diversión y consumo. Este último elemento encierra imágenes en forma de folletos, guías de viaje, fotografías, imágenes en tres D, videos y tarjetas postales.

Las tarjetas postales se consideran como un souvenir que adquiere el turista, tienen como fin comunicar, ubicar un lugar, crear experiencias, recuerdos y a su vez concibe identidad.

El motivo principal de este proyecto es desarrollar un catálogo con tarjetas postales con el propósito de difundir mejor los atractivos turísticos en el cantón Cotacachi ubicado en la provincia de Imbabura, Ecuador.

Además de difundir los atractivos turísticos, este catálogo de tarjetas postales invita a los habitantes de la región a conocer y valorar la riqueza paisajística que compone este cantón y sus alrededores brindando una alternativa artística a los visitantes.

Se han utilizado una combinación de herramientas, técnicas y conocimientos adquiridos en fotografía y diseño gráfico.

Anhelo que este trabajo sea utilizado como iniciativa para futuros proyectos de otros importantes atractivos turísticos.

CAPÍTULO I

I. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Antecedentes

La tarjeta postal, juega un papel muy importante en el aspecto social y cultural, desde sus inicios se ha considerado como un medio de comunicación, con imágenes de ciudades, paisajes, personas y otros motivos pasando hacer un instrumento artístico y documental, que es utilizado para intereses turísticos, publicitarios, críticos y hasta políticos.

En la actualidad el desarrollo de los medios de comunicación y de la información internet, fotografía amateur, prensa escrita, radio, televisión, hacen que disminuya el encanto de la tarjeta postal y explica en gran parte su declive, tan sólo aquellas que poseen un sentido artístico, documental, histórico, o filatélico son demandadas. Poco a poco los historiadores, artistas, publicitarios, redescubrieron el valor de las tarjetas postales.

La tarjeta postal como medio de comunicación escrito surge con los objetivos de crear una correspondencia más económica que las cartas y la transmisión de mensajes cortos, para ser remitida al descubierto, sin sobre. Generalmente son de cartón rígido que pesa entre 3 y 5 gramos. Su forma suele ser rectangular y de tamaño comprendido entre 15 X 10,5 centímetros para las actuales.

1.2. Planteamiento del Problema

La provincia de Imbabura cuenta con un sin número de atractivos turísticos, el cantón Cotacachi, se distingue por la Reserva Ecológica Cayapas, Cascadas, Laguna de Cuicocha, Páramos y lagunas de Piñán, Las Termas Yanayacu, Bosque Protector "La Florida", Bosque Protector "Los Cedros", iglesia "La Matriz", Museo de las Culturas, artesanías y artículos en cuero.

Sitios que merecen ser captados por el lente fotográfico y plasmados en una tarjeta postal que logre transmitir, cautivar e incentivar el deseo del público por conocer estos lugares.

La belleza escénica también demanda un correcto manejo de los desechos por medio de acciones como el reciclaje, que disminuyen el impacto negativo de la basura sobre el paisaje, la calidad de vida de las personas, la salud de los ecosistemas naturales y la impresión que dejamos en los turistas internacionales.

Muchas personas fijan su mirada en la belleza de otros países, lo que leen o escuchan al respecto de un lugar, prefieren entonces emprender un viaje costoso y en ocasiones sin ningún tipo de planificación turística. Esto con lleva a ocasionar pérdida de identidad. Es importante apreciar y cuidar la naturaleza que nos rodea para vivir en un ambiente saludable.

El catálogo de tarjetas postales está inspirado en lo autóctono, marcando una identidad propia del sector para que pobladores y turistas además de disfrutar los paisajes puedan a su vez apreciar la diversidad biológica y procesos naturales.

1.3. Formulación del Problema

¿Cómo crear un catálogo de tarjetas postales que difunda los atractivos turísticos en el Cantón Cotacachi provincia de Imbabura?

1.4. Delimitación

1.4.1. Objeto de estudio: Reserva Cotacachi Cayapas, y la zona de Intag

1.4.2. Unidades de Observación: Turistas locales y extranjeros

1.4.3. Delimitación Espacial: se realizó en el Cantón Cotacachi provincia de Imbabura, Ecuador

1.4.4. Delimitación Temporal: se ejecutó durante el periodo 2014

1.4.5. Interrogantes

1. ¿Cuáles son los procesos para mejorar la imagen escénica del paisaje en el cantón Cotacachi?
2. ¿Cómo utilizar una herramienta como medio de comunicación para difundir los atractivos turísticos de la región?
3. ¿De qué forma se logra mostrar los atractivos turísticos del cantón Cotacachi perteneciente a la provincia de Imbabura?
4. ¿La creación de un catálogo con tarjetas postales permitirá difundir los atractivos turísticos, conforme a los intereses sociales, económicos y culturales de la provincia de Imbabura?

1.5. Objetivos

1.5.1 Objetivo General

Elaborar un catálogo con tarjetas postales como medio de Publicidad para difundir los atractivos turísticos del cantón Cotacachi en la provincia de Imbabura, Ecuador.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Salidas de campo para dar el reconocimiento a los atractivos naturales más representativos en el cantón Cotacachi
- Recopilar información testimonial, para definir el tipo de imágenes de acuerdo a su importancia turística.
- Resaltar el paisaje con todas sus bellezas escénicas a través de la fotografía.
- Desarrollar estrategias para promocionar las tarjetas postales

1.6 Justificación

La elaboración de un catálogo con tarjetas postales, tiene la importancia de rescatar la tarjeta postal y resaltar por medio de esta los atractivos turísticos en el cantón Cotacachi provincia de Imbabura. Qué bonito captar con el lente fotográfico aquellos maravillosos lugares y mejor aún plasmarlos en un souvenir o recordatorio, una tarjeta postal que logre atraer la atención de propios y visitantes, además de dar a conocer los atractivos turísticos de la región.

En la actualidad con la tecnología digital es muy común que las personas realicen sus propias fotografías. En ocasiones, los momentos únicos que

capturan son almacenados y olvidados en la computadora, sin imaginar que algún virus puede destruir en un momento todos los recuerdos, o en CDS, que fácilmente se rayan y se pierden. Las postales impresas son prácticas para compartir y duran más de 100 años. El catálogo las contiene y las hace historia.

Durante el desplazamiento a los atractivos turísticos las personas tienen la oportunidad de percibir muchas cosas distintas en el entorno que atraen su atención. Todos ellos son interpretados por el observador cuando se trata de captar su belleza. De este modo el visitante va formando un juicio de valor de lo que acaba de ver y el resultado de su viaje es un conjunto de experiencias y recuerdos de los lugares por los que paso.

Ecuador es un país que tiene de todo. Paisajes que conforman grandes ambientes y describen la belleza natural que en realidad es digna de admiración. Es necesario incentivar a la población local a apreciar lo propio y valorar lo que se tiene.

La promoción de atractivos turísticos a través de las tarjetas postales brinda al Cantón Cotacachi beneficios de carácter económico, social, y cultural. La integración de las comunidades locales permite el desarrollo de la región ofreciéndoles diversas opciones laborales.

Todo el proceso de esta investigación se ejecutó utilizando como guía fuentes bibliográficas y materia prima necesaria para el tema.

Para realizar, respaldar y ejecutar esta investigación existen documentos, fuentes bibliográficas, y asesoría de expertos en el tema.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Durante el transcurso del tiempo en una investigación nos permitimos descubrir aquello desconocido e imaginable y nos abrimos paso a enriquecer nuestra capacidad para hallar soluciones y alternativas que aportan al desarrollo cultural y social de una ciudad, país o región.

Para (Sabino Carlos, 2006) citado en Arias, F. G 2006, en su obra el proyecto de Investigación, dice: “puede definirse como un esfuerzo que se emprende para resolver un problema, claro está, un problema de conocimiento” (p. 47)

(Cruz, 2012) considera “La belleza escénica es un concepto que conlleva aspectos subjetivos, pero ligados a la conservación y el disfrute de un patrimonio heredado, porque está constituido por una amplia gama de recursos naturales, por ejemplo los ríos, montañas, volcanes, lagos, bosques y la biodiversidad; los cuales tienen un significativo valor económico que pocas veces es reconocido por la población”

En Imbabura, no se ha dado gran importancia a la tarjeta postal y por esa misma razón con el paso del tiempo ha ido desapareciendo o perdiendo su valor. Captar con el lente fotográfico los atractivos turísticos del Cantón Cotacachi y además plasmarlos en una tarjeta postal con el fin de rescatar e introducir las tarjetas postales en el en el mercado.

Roberto Boullón define al paisaje como “ una cualidad estética que adquieren los diferentes elementos de un espacio físico, solo cuando el hombre aparece como observador, animado de una actitud contemplativa dirigida a captar sus propiedades externas, su aspecto, su carácter y otras particularidades que permitan apreciar su belleza”

(LANDAZABAL, 2011) Dice “Cuando tenemos sentido de pertenencia y satisfacción es posible que logremos vivir en un mejor ambiente, ya que nadie cuida lo que no valora. En cambio, lo que más valoramos merece todo nuestro cuidado y atención”

Aumento del turismo en la provincia

(Turismo se incrementó en 10% en Imbabura, 2013) Resalta “El aumento del turismo incide positivamente en las ventas de los bienes y servicios”

Restaurantes, hoteles, cabañas, artesanías, supermercados, transporte entre otros. Con el Catálogo de tarjetas postales impulsado desde la misma ciudad de Cotacachi, en los puntos de información turística y agencias de viaje, se despierta la curiosidad y el deseo en las personas por conocer los atractivos turísticos en esta zona de Ecuador.

(Organización Mundial del Turismo OMT, 2014) El turismo, genera directa e indirectamente un aumento de la actividad económica en los lugares visitados (y más allá de los mismos), fundamentalmente debido a la demanda de bienes y servicios que deben producirse y prestarse.

2.1.1. Tarjeta postal

La historia de la tarjeta postal comienza en 1865, el Consejero de Estado de Prusia, Heinrich von Stephan durante el Quinto Congreso Postal de su país, propone la circulación de cartas oficiales sin sobre. La idea no tuvo mayor repercusión y se olvidó durante cuatro años.

En 1869 gracias a la intervención de Emmanuel Herрман, Catedrático de Economía en la Academia Militar de Wiener-Neustadt en Austria, la administración editó la primera tarjeta postal oficial bajo la forma de entero postal. Su forma era rectangular con unas dimensiones de 12,2 X 8,5 centímetros. Se presentaba en impresión negra sobre un cartón de color crema. En su anverso, un marco de doble orla que contenía en el centro de la parte superior un arco con la inscripción "Correspondez-Karte" al centro las armas reales y cuatro líneas para escribir la dirección del destinatario. En el reverso estaba destinada al mensaje de comunicación y mencionaba que la Dirección de los Servicios de Correos declinaba toda responsabilidad en cuanto al contenido de la correspondencia. No tenía ninguna imagen adicional. Estas tarjetas postales eran monótonas y aburridas, aun, así obtuvo un gran éxito vendiéndose un millón y medio en un mes.

La verdadera tarjeta postal fue diseñada para impulsar el negocio del correo y promover las comunicaciones con mensajes cortos para ser transportadas a la mitad del valor de una carta simple.

Primera tarjeta postal emitida en el mundo el 1° de octubre de 1869 por el correo Austriaco.

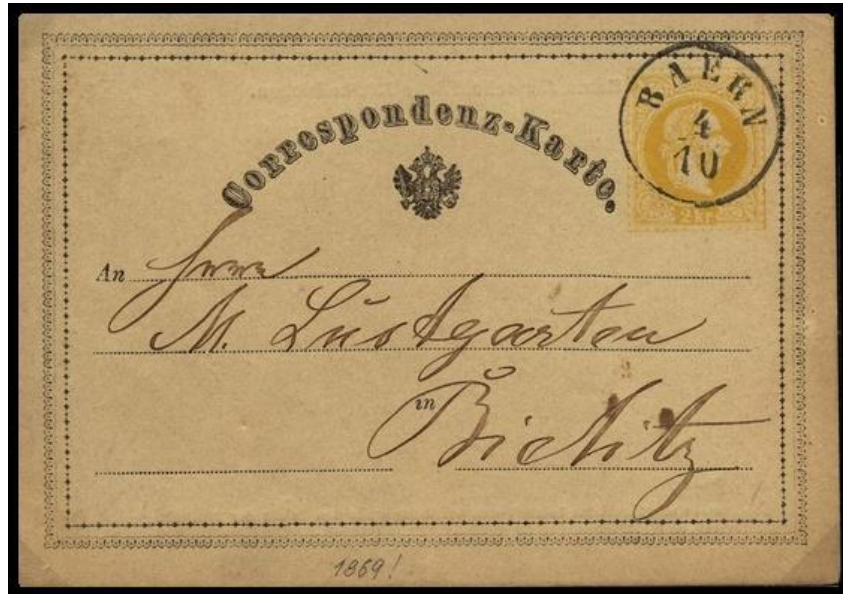


Gráfico: 1

El reverso para escribir el mensaje y sin ninguna imagen adicional

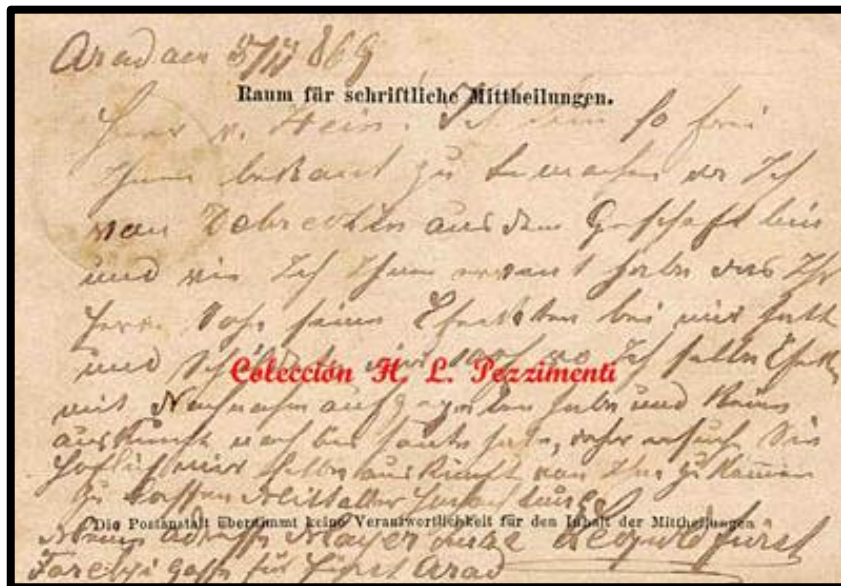


Gráfico: 2

Debido a la grandiosa aceptación y éxito que tuvo, otros correos del mundo comenzaron a emitir tarjetas similares.

Enseguida las empresas aprovecharon las ventajas de este nuevo producto postal tan económico y versátil y se les autorizó imprimir texto con fines comerciales.

El segundo país en emitir tarjetas postales fue Gran Bretaña en 1870.

Estas tarjetas tenían el sello pre impreso a la derecha, el texto "Post card", al centro las armas reales y la frase en inglés decía: en este lado debe ser escrita la dirección solamente.

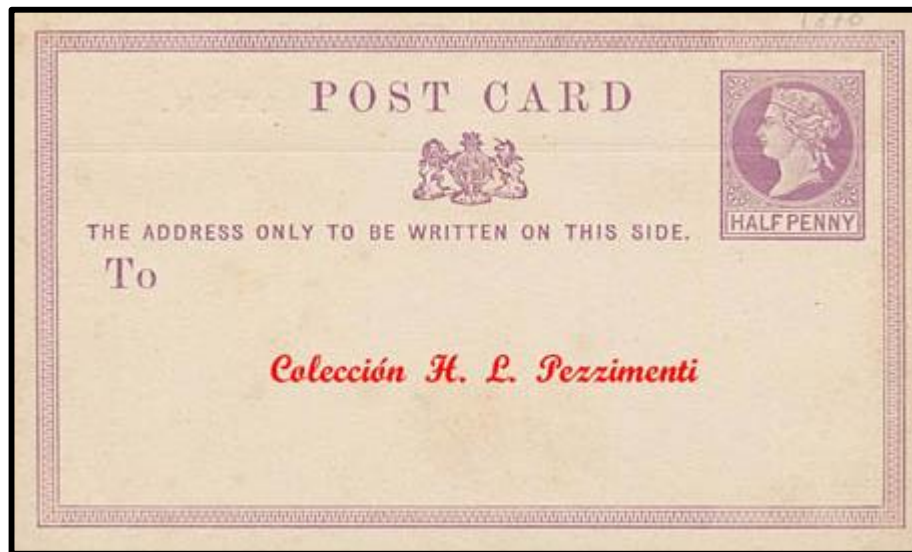


Gráfico: 3

En el reverso se dejaba en blanco, para escribir el mensaje.

En el mismo año de 1870 11 de octubre, Suiza emite su propia tarjeta postal, como todas las de la época sin imagen, tenían el sello al lado izquierdo y se llamaban “Tarjeta Correspondencia” el texto impreso decía: El reverso de la tarjeta está reservado para la comunicación manuscrita.



Gráfico: 4

Con el tiempo el uso de las tarjetas postales se extiende rápidamente por todos los países.

En 1871 Canadá, en 1873 Francia y estados unidos, en 1874 Italia y así la mayoría de países en que el servicio postal estaba muy desarrollado.

Hasta 1878 Argentina, dispone sus primeras tarjetas postales. Al comienzo estas postales solo podían ser enviadas dentro del país emisor, luego por acuerdos entre la Unión General de Correos (después Unión Postal Universal) su uso se extendió de manera internacional.

Primera tarjeta postal Argentina. Fue puesta a la venta el 2 de octubre de 1878 por un valor franqueatorio de 4 centavos, llevaba impreso en el sello postal el busto de Esteban M. de Luca



Gráfico: 5

La creatividad personal y el desarrollo tecnológico de los sistemas de impresión permitieron la edición de tarjetas postales ilustradas con vistas de ciudades, paisajes y otros motivos. A partir de aquí la tarjeta pasa a ser, además de un sistema de comunicación escrita popular, un instrumento artístico y documental.



Gráfico: 6

Estas postales se pusieron en circulación a finales de 1897, llevaba en el sello impreso el perfil de una cara de mujer en alto relieve, todo dentro de un círculo coloreado y con una inscripción en blanco “REPUBLICA ARGENTINA”.



Gráfico: 7

En 1905 la tarjeta postal se dividió en dos partes. Al lado izquierdo para escribir el mensaje y la derecha para el nombre y la dirección del destinatario, pasando la ilustración a ocupar todo el anverso.



Gráfico: 8

2.1.1.2. Tipos de tarjetas postales

Las tarjetas postales tienen una variada tipología. Según uso, lenguajes, temática y valor.

2.1.1.3. Tipología según usos

- **Postal correo:** este tipo de postales ha sido diseñada para ser enviada en una ocasión especial, evento o un motivo específico.
- **Postal objeto:** Son las postales interactivas en las que interviene una acción del usuario.
- **Postal de colección:** se refieren a un tema en particular, por lo general están enumeradas.
- **Postal promocional:** son aquellas que se utilizan con el fin de dar a conocer una marca, producto o servicio.
- **Postal topográfica:** son utilizadas para mostrar el desarrollo, belleza o resaltar alguna característica especial del lugar donde se vive.

2.1.1.4. Tipología según lenguajes

- **Ilustración:** este tipo de postal tiene diferentes interpretaciones dependiendo de la técnica, herramientas que se utilicen, composición, color, contrastes.
- **Cómic:** este tipo de postal tiene una secuencia de representaciones gráficas con desarrollo narrativo.
- **Fotográfica:** utiliza imágenes realizadas a través de métodos fotográficos. Tienen una connotación de realidad y se muestra el lugar tal y como es.
- **Collage:** utiliza elementos de diferentes tamaños y permite la combinación de los otros lenguajes mencionados.
- **Tipográfica:** le da más importancia a la tipografía utilizándola como imagen.

2.1.1.5. Tipología según temática

- **Zonas turísticas:** utiliza imágenes que describen ciudades, regiones, paisajes.
- **Entretenimiento:** son postales que contienen gráficas humorísticas, comics, juegos.

- **Artísticas:** utiliza imágenes con un sentido artístico como pintura, escultura, arquitectura.
- **Institucional:** utiliza imágenes para referirse a una marca, producto, evento, institución, fundación.
- **Saludos:** contiene imágenes que expresan saludos por cumpleaños, agradecimientos, aniversarios.
- **Culturales:** estas postales se caracterizan especialmente por su contenido informativo. Tratan sobre homenajes, monumentos históricos, poesía.
- **Emotivas:** utiliza gráficas que despiertan sentimientos.
- **Exóticas:** este tipo de postal tienen relación con la pasión principalmente utiliza imágenes eróticas.

Para Franco 2006, citado en (Veiga Shibaki, 2013) señala “La tarjeta postal es un importante elemento de documentación histórica de la actividad turística, del destino turístico de los hábitos y prácticas asociados a él, pues proveen documentación histórica y social del pasado, además de configurarse como promotora de lugares contribuyendo a su notoriedad y prestigio”.

2.1.1.6. Tipología por valor

- **Gratuitas:** estas postales son utilizadas especialmente como promocionales. En la actualidad se encuentran también en soporte digital.
- **Pagadas:** este tipo de postal utiliza imágenes exclusivas como recuerdos turísticos que requieren de algunas técnicas para ser bien logradas.

Girault 1983 citado por (Vásquez, 2002) destaca **que la tarjeta postal es adquirida durante el período de vacaciones. O sea, en un momento en el cual el comprador presenta cierta renuncia del esfuerzo intelectual, dejando que afloren sus gustos primarios. Frente a un exhibidor de tarjetas postales, todos los individuos poseen el mismo gusto y compran las mismas postales. Es probable que un número significativo de esos individuos, en caso de ser forzados a elegir una tarjeta postal durante el período de vida profesional, harían un esfuerzo y elegiría otro tipo de fotografía (p 51).**

De la misma manera que una buena fotografía se queda en nuestra memoria y más si es un lugar que permite familiarizarnos, así mismo una tarjeta postal puede crear en el espectador una experiencia vivencial que cautiva y perdura.

El escritor (Darío, 1903) comentó acerca de las bondades de la tarjeta postal en un artículo publicado en “La Nación” de Buenos Aires, en marzo de 1903: “Cuando vais en viaje, por un lejano país, muchas veces no os es fácil el escribir una carta a tales o cuales personas de nuestra afección; y una o dos palabras puestas en una tarjeta postal llevan vuestro recuerdo con la imagen del paisaje o del lugar en que escribís.

2.1.1.7. Uso y función de la tarjeta postal

Según (Boyer, 2002) las tarjetas postales tienen la particularidad de estar presentes en los tres tiempos de la organización de un viaje. El antes, cuando la tarjeta puede ser recibida de otra persona que viajó; él durante, cuando se adquiere y envía la tarjeta; y el después, cuando se obtiene la postal como souvenir del viaje.

Rosales, citado en (Morales, 2012) menciona “Vivir buscando el paisaje, robando a la naturaleza un rayo de luz y un poquito de color y sombras, tenía un propósito, que quienes miraran sus fotografías pudieran admirar la belleza de su tierra. (pág. 23)

(Santillán, 2010) La fotografía como creadora de la imagen de un destino turístico. Buenos Aires a través de sus tarjetas postales. Comité editorial director: Agustín santana Talavera, 8, 71.

“Las tarjetas Postales se incluyen entre los souvenirs que consume el turista y constituyen una de las maneras de promoción de un destino turístico” (pág72)

Más que un bonito recuerdo, la tarjeta postal, puede ser un gran elemento en la decoración y una pieza de colección.

La tarjeta postal utilizada como medio de comunicación es una herramienta valiosa para difundir la riqueza natural y cultural de un país o región.

La tarjeta postal logra transmitir sensaciones, crea expectativa y despierta los sentidos. En el ámbito turístico juega un papel muy importante y esa es la razón para implementar en el Cantón Cotacachi este elemento de comunicación.

2.1.2. Fotografía

(<http://www.definicionabc.com/tecnologia/fotografia.php>) Según la definición de fotografía el término proviene del griego y quiere decir “diseñar o escribir con luz”. Llamamos fotografía al proceso de capturar imágenes mediante algún dispositivo tecnológico sensible a la luz, que se basa en el principio de la cámara oscura.

Triángulo de Luz

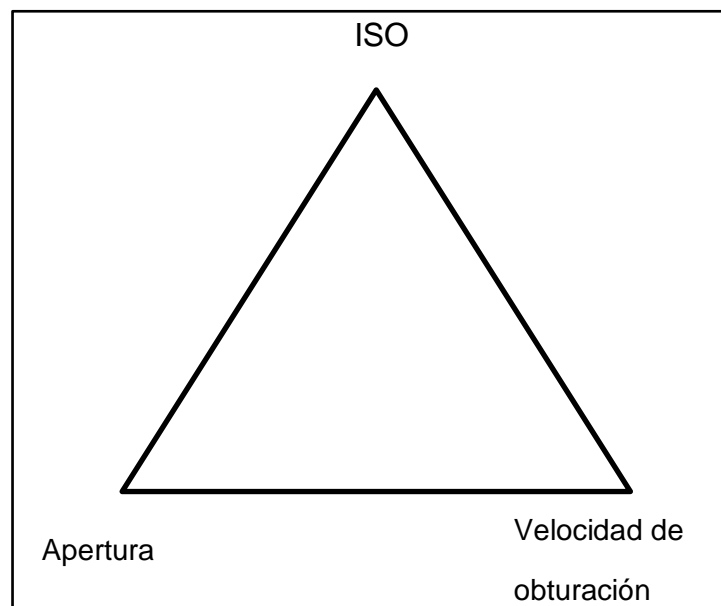


Gráfico: 9

El sistema original de fotografía que se mantuvo hasta hace algunos años funcionaba con películas sensibles con el propósito de almacenar la imagen capturada para luego imprimirla. Recientemente, se utilizan sistemas digitales con sensores y memorias para tomar fotos de una forma más sencilla y rápida.

2.1.2.1. Tipos de Planos

- Plano general: Se usa para visualizar completamente al objeto y abarca todo los elementos de la escena, es decir, que aparece todo lo que está en rededor sin ningún recorte. En el caso, de paisajes. Estos planos tienen un sentido descriptivo que permite dar una referencia global de la escena o presentar una idea de la situación geográfica.
- Plano americano: También conocido como plano tres cuartos, tiene su origen en las películas de western americanas, que se caracterizaban por sus encuadres por debajo de la cadera hasta las rodillas. Es muy útil cuando se quiere retratar a varias personas.
- Plano medio: muestra al modelo desde la cabeza hasta la cintura, y también se puede emplear para fotografiar a varias personas interactuando. Se emplea con regularidad en la fotografía de moda, que permite destacar la belleza de la persona.
- Plano medio corto: consiste en mostrar a la persona desde la cabeza hasta la mitad del pecho. La idea de este tipo de plano es enfocar la atención exclusivamente en la persona aislándola de su entorno.
- Primer plano: Se emplea generalmente para destacar la mirada o el gesto de una persona, y el encuadre va desde la cabeza hasta los hombros. Es el más indicado para el retrato del rostro, ya que, destaca los detalles.
- Primerísimo primer plano: Este tipo de plano es mucho más agresivo e íntimo que los anteriores. Se logra encuadrando desde la cabeza

(cortando por el medio o por encima de la frente) hasta la punta del mentón. Hay que cuidar mucho los detalles en este tipo de plano, controlar el enfoque y la profundidad de campo es primordial, de lo contrario se puede estropear la captura.

- Plano detalle: Se emplea para destacar elementos específicos, con este plano se pueden lograr encuadres creativos y originales, requiere de mucha capacidad de observación por parte del fotógrafo. No se debe confundir con fotografía macro.

2.1.2.2. Fotografía Macro

Macro” significa grande. La Macrofotografía es una rama de la fotografía en la que el sujeto fotografiado resulta “grande” en la foto, igual de grande que en la vida real o más grande.

Se usa para contemplar la belleza de las cosas “pequeñas” que nos rodean y ahí es donde surge la utilidad de la Macrofotografía, que es capaz de enseñarnos la belleza del sujeto (sea objeto, animal o planta). Otros usos más objetivos son el de la investigación biológica, que le debe mucho a la fotografía Macro, ésta ha permitido documentar muchos estudios relacionados con especies animales y vegetales.

Aunque muchas cámaras digitales compactas ofrecen un modo “Macro” (normalmente lleva el simbolito de una flor), en realidad no se trata de un modo “Macro” real, sino simplemente de una fotografía realizada de cerca.

La verdadera fotografía Macro empieza con una cámara de fotos réflex. La función Macro no es una característica de la propia cámara, sino más bien

del objetivo empleado. La opción más recomendada es conseguir un objetivo específico para fotografía Macro.

2.1.2.3. Objetivos Macro

Los objetivos Macro tienen la capacidad de poder enfocar a distancia muy corta. Es fácil encontrar este tipo de objetivos, en su caja, suele aparecer la palabra “Macro”, y tienen una distancia focal comprendida normalmente entre los 50 y los 200mm. Existen en el mercado objetivos de distancia focal fija, y variable.

2.1.2.4. Apertura del diafragma

La exposición, que es la cantidad de luz que llega al sensor, se controla con tres parámetros principales: apertura del diafragma, velocidad de obturación y sensibilidad ISO. La elección de un diafragma más abierto o cerrado determinará una mayor o menor profundidad de campo en la imagen.

- La apertura del diafragma se representa con un número f
- Un número f , pequeño es una apertura grande.
- Un número f , grande es una apertura pequeña.

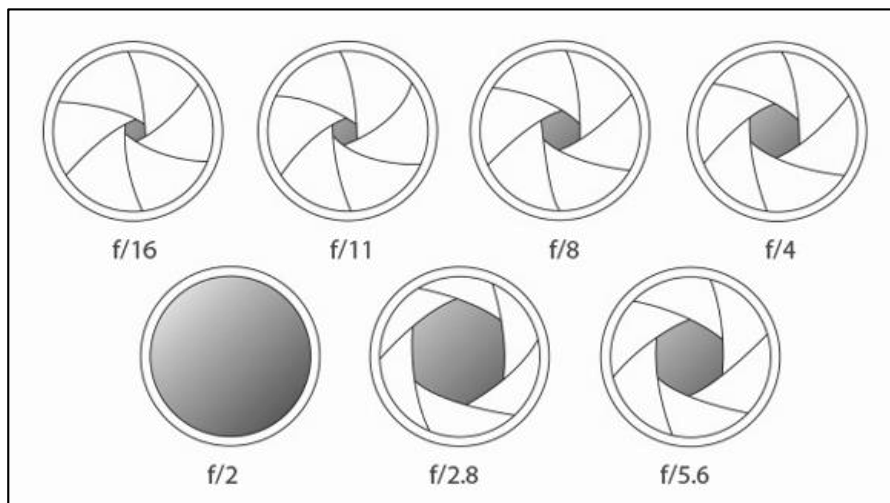


Gráfico: 10

2.1.2.5. Sensibilidad ISO

La sensibilidad ISO marca la cantidad de luz que necesita una cámara para hacer una fotografía. La sensibilidad de cada uno de los elementos del sensor es fija, con un valor aproximado equivalente a 100 ISO. En cámaras digitales se puede ajustar la sensibilidad Iso en cada toma.

La mayor calidad de imagen se obtendrá usándola a su menor sensibilidad ISO. El uso de sensibilidad ISO mayor, se convierte en un aumento de pixeles distribuidos, principalmente en las zonas de sombra de la imagen.

2.1.2.6. Velocidad de obturación

La velocidad de obturación determina el tiempo que tendremos abierto el diafragma, marcando la cantidad de luz que dejaremos pasar hasta el sensor. A velocidades altas se congelan los sujetos en la escena, mientras que a velocidades bajas será posible lograr aguas sedosas.

Cambiar la velocidad de obturación es un ajuste que servirá para obtener una imagen interesante dependiendo del trato artístico que queramos conseguir.

2.1.2.7. Composición

Otro de los factores más importantes que conforman el conjunto de la fotografía, es la composición, selección y disposición de sujetos, en el área de la imagen fotográfica, dando como resultado la capacidad para comunicar algo.

2.1.2.8. Técnica

José Benito Ruiz, experto en fotografía, manifiesta que uno de los primeros principios en fotografía es la estabilidad. Para lograr una imagen perfectamente nítida se debe estabilizar el equipo. Técnica incluye desde el manejo de los parámetros de la cámara hasta las decisiones del enfoque, la profundidad de campo y el uso de las herramientas.

2.1.2.9. Técnica Bokeh

En fotografía se utiliza este concepto para referirse al desenfoque. Esta técnica es utilizada para fotografía de determinados motivos, cuando queremos que el fondo quede desenfocado para evitar distracciones y resaltar el elemento u objeto principal.

Para lograr un buen bokeh hay que tener en cuenta:

- Un objetivo de 50mm.
- Preparar la cámara al modo de apertura Prioritaria (Modo A)
- Seleccionar la apertura de diafragma abierto desde f/2 hasta f/4
- Cambiar al modo de enfoque manual y en focar el sujeto que interesa
- Capturar la imagen

Realmente, la fotografía es una manera de expresar arte, de captar lo natural, y en cierta forma refleja la personalidad de cada persona.

Indiscutiblemente la belleza paisajística que nos rodea tiene su encanto, en verdad es digna de admirar y por ese mismo motivo es necesario dar a conocer y compartir con otras personas.

2.1.3. Atractivos Turísticos

Son todos los lugares, paisajes, costumbres, que caracterizan a una región determinada y generan motivación para ser visitadas por personas de distintas partes.

(Organización Mundial del Turismo OMT, 2014) El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

(Ministro Alvarado propone convertir a Ecuador en una potencia turística, 2013) " El actual Ministro de turismo de Ecuador recalco la necesidad de trabajar para lograr la meta que establece el Plan del Buen Vivir"

El Ecuador recibe al año aproximadamente 1 millón 200 mil turistas, por lo que el sector ha crecido en un 5% y la meta que establece el Plan del Buen Vivir es del 12%.

2.1.3.1. Clasificación de atractivos turísticos

De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo (OMT) "el turismo se refiere a las actividades que realizan las personas durante sus viajes a distintos lugares de su entorno habitual".

- **Atractivos naturales:** comprende todos los elementos de la naturaleza como: bosques, lagunas, volcanes, playas, ríos, cascadas.

- **Atractivos culturales:** lugares que visitan las personas locales o extranjeros para conocer más de la cultura, incluye: danza, música, artesanías, gastronomía, museos, eventos, ruinas.
- **Acontecimientos programados:** ferias, deportes, exposiciones, carnavales.
- **Folklore:** música, danza, artesanías, grupos étnicos, manifestaciones religiosas.

Es de gran importancia dar a conocer los atractivos turísticos de Cotacachi en la provincia de Imbabura, utilizando como medio de publicidad las tarjetas postales para difundir por todo el mundo la existencia de estos lugares de tal manera que despierte el interés tanto de personas que habitan en el país como de quienes visitan en plan de turismo.

2.1.4. Catálogo

Un catálogo se compone de imágenes en forma ordenada que presentan visualmente los productos o servicios que se ofrecen con el propósito de mostrarlos al público consumidor.

2.1.4.1. Catálogo de productos

- **Fotografía de los productos:** el catálogo generalmente es visual, es indispensable la fotografía de los productos que se brindan.

- Ficha técnica de los productos: debajo de cada fotografía puede ir una breve descripción del producto. Características técnicas, físicas, evitando información que desvíe la atención de los consumidores. En caso de productos industriales el catálogo deberá informar sobre la composición del producto, modo de instalación y garantía.
- Plano o esquema: se utiliza para productos muy complejos un plano o esquema explicativo que le ayudara al lector a tener una idea más clara acerca del producto.
- Fotografía de accesorios: este tipo de fotografía es recomendable realizar por separado para una mayor claridad.
- Precio: la mayoría de los catálogos contienen el precio de los productos que se ofrecen, en algunos casos se omite con el fin de motivar a que el cliente se ponga en contacto con la compañía.
- Código de producto: se utiliza para catálogos que ofrecen la venta de productos por teléfono. Colocan un código de identificación a cada producto para evitar confusiones en el pedido.

2.1.4.2. Catálogo de servicios

- Imagen representativa: incluye una imagen representativa simbólica que hace referencia al servicio que se ofrece puede ser: un logo, o fotografías de personas beneficiarias del servicio.
- Descripción técnica: describe los usos, beneficios y requerimientos técnicos del servicio que se ofrece.
- Atenciones incluidas en el servicio: especificaciones en el catálogo sobre las atenciones o el valor agregado que la compañía brinda a quienes contraten el servicio.

- Plazo: se refiere al tiempo por el que se puede contratar el servicio y si se puede cancelar en caso de inconformidad.
- Tarifa: específicamente debe informar: el precio por mes, semestre, año y el pago si es mensual o anual.

2.1.4.3. Catálogos electrónicos

Se utilizan para publicar en un sitio Web o para mandar por correo electrónico. Los catálogos digitales pueden ser organizados y clasificados de la manera más práctica para que los usuarios realicen búsquedas rápidas y efectivas. Algunos solo brindan breves descripciones y lista de precios de los productos, sin disponer de un sistema de compra ni pago online.

Quienes dicen que los catálogos electrónicos son más importantes a los catálogos impresos desconocen el beneficio de la materialidad que ofrece un catálogo impreso. Tener el catálogo en las manos hace que el destinatario tenga de alguna manera una relación especial con este.

2.1.4.4. Partes de un catálogo

Los catálogos se dividen en tres partes: la portada, contenido y contraportada.

- Portada: es la tapa de la primera página del catálogo, es la carta de presentación debe ser atractiva, llamativa respetando la coherencia visual sin sobrecargar y presentando de forma visible el logo corporativo.
- Contenido: son las páginas internas del catálogo que se encuentran entre la portada y contraportada. Lo que hay en el contenido hace que los lectores recorran las páginas buscando que comprar. El contenido

se puede dividir por secciones, ofertas, o por lo que se desee teniendo siempre un criterio de orden que caracterice al catálogo.

- Contraportada: es la última página del catálogo. Puede ser la continuación del contenido o presentar sus propias características.

(Lasswell) “hablaba del poder de los medios de comunicación frente al público (frente a las masas)

Esta teoría tenía como principio lograr la persuasión por medio de las siguientes preguntas: quién dice que, a través de qué medio, a quién y con qué efecto, preguntas que, en últimas, se referían, sobre todo, al poder político de los medios y al análisis de contenidos de lo que transmitían o emitían. En ella se prestaba especial atención a la superficie de los discursos; es decir, a lo que la información podía lograr en un primer momento”

El comportamiento del ser humano es producido por un motivo o razón, de varias índoles como necesidades, destruyendo o creando valores, el concepto de comportamiento del consumidor significa aquella actividad externa (búsqueda de un producto, compra física y el transporte del mismo) o interna (el deseo de un producto, lealtad de marca, influencia psicológica producida por la publicidad) del individuo dirigida a satisfacer sus necesidades mediante la adquisición de bienes o servicios.

2.1.5. Publicidad

Es un procedimiento que se realiza a través de los medios de comunicación: para difundir o informar al público sobre un bien o servicio con el propósito de motivarlos hacia una acción de consumo. La publicidad se encarga de

informar a los consumidores sobre las bondades y valores que caracterizan a un producto o servicio.

(O'Guinn) Autores del libro Publicidad, definen la publicidad de la siguiente manera: "La publicidad es un esfuerzo pagado, transmitido por medios masivos de información con objeto de persuadir"

(Armstrong) Autores del libro "Fundamentos de Marketing", definen la publicidad como "cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado"

(Promonegocios.net) Para la American Marketing Association, la publicidad consiste en "la colocación de avisos y mensajes persuasivos, en tiempo o espacio, comprado en cualesquiera de los medios de comunicación por empresas lucrativas, organizaciones no lucrativas, agencias del estado y los individuos que intentan informar y/o persuadir a los miembros de un mercado meta en particular o a audiencias acerca de sus productos, servicios, organizaciones o ideas"

Según los expertos en el tema para que una campaña de publicidad tenga el éxito esperado hay que tener en cuenta: al público objetivo, ser perfectamente claros en el mensaje, ser impactante, creíble y ante todo, debe repetirse de diversas formas y en el momento oportuno para que llegue al receptor.

2.1.5.1. Redes sociales

Son herramientas tecnológicas creadas para permitir la interacción social y el intercambio de información en diversos formatos. Sus principales características la diferencian de los medios tradicionales. Dentro de las aplicaciones para medios sociales se encuentran: Facebook, YouTube

(intercambio de videos), Flickr (intercambio de fotos), twitter, Blogs (publicaciones editoriales independientes) Wikis

En los medios sociales el público puede interactuar haciendo comentarios o participando en las historias. Los contenidos de un medio social, en textos, gráficos, fotos, audios o vídeos, se pueden mezclar.

2.1.5.2. Facebook

Además de ser la red social más grande en la actualidad, Facebook contiene múltiples funcionalidades. Posibilidad de realizar y comentar publicaciones sin límite de caracteres, agregar fotos y vídeos.

Permite que los usuarios puedan hacer clic en el icono “Me gusta” para indicar que se identifican con dichos contenidos.

Todo lo que el usuario hace, comentarios y publicaciones, lo que le gusta o no le gusta se registran en su propia página desde que comienza a utilizar la red.

2.1.5.3. YouTube

Exclusivamente dedicada a vídeos, permite que los usuarios puedan realizar cargas (publicación), visualizar y realizar descargas de vídeos gratuitamente. Actualmente, Youtube es la mayor videoteca que existe en el mundo, con sinopsis de películas, trailers y un sin número de filmaciones personales sobre todos los temas.

2.1.5.4. Flickr

Flickr es una herramienta que permite almacenar, ordenar, buscar, compartir y vender fotografías. Los usuarios comparten fotografías y videos creados por ellos mismos.

La popularidad de Flickr se debe básicamente a la capacidad para administrar imágenes mediante herramientas que permiten a los autores: etiquetar sus fotografías, explorar y comentar las imágenes de otras personas.

2.1.5.5. Twitter

Es una herramienta que permite a los usuarios publicar mensajes cortos (hasta 140 caracteres) para expresar sus opiniones sobre temas de su preferencia. Cada vez que un usuario realiza una publicación, toda la base de personas que hayan escogido seguirlo tienen acceso a ese mensaje, lo que genera una red cruzada de opinión que, hoy, alcanza a centenares de millones de usuarios en todo el mundo.

2.1.5.6. Blogs

Permite que todo usuario pueda montar su propio medio de información a costo cero (o al precio que paga por una conexión web), publicar lo que desee y dejar sus publicaciones disponibles en la red.

Según la relevancia del blog y del “bloguero”, la audiencia alcanzada puede ser semejante a la de grandes y tradicionales medios de información.

2.1.6. Difusión

La difusión implica, divulgar, propagar una noticia, ideas, costumbres, cultura, moda y turismo. A través del tiempo y del espacio. Esta misma puede tener alcances de pequeña a gran escala mediante los medios masivos de comunicación.

A través de la difusión científica se pone en conocimiento a la gente sobre teorías y descubrimientos notables.

2.1.7. Material P.O.P.

Material promocional en el punto de venta. Es una categoría del Marketing, permite crear permanencia de la marca utilizando una variedad de objetos donde se puede imprimir o estampar información de la empresa o producto.

El material POP es muy variado, y depende de la edad de la empresa, el presupuesto, el perfil del cliente a que va dirigido, el tipo de producto. Ejemplos: Llaveros, calendarios, bolígrafos, camisetas, carpetas, bolsas de mercado o tiendas, gorras, tazas, vasos.

2.1.8. Códigos QR

Son códigos de barras bidimensionales, que fueron desarrollados por la compañía japonesa Denso Wave, en 1994. (En inglés “Quick Response”, “respuesta rápida”)

Los códigos QR son fácilmente identificables por su forma cuadrada y tres cuadros ubicados en las esquinas superiores e inferior izquierda. Se debe leer con un teléfono móvil o con un dispositivo que disponga de la aplicación correspondiente. Al capturar el código QR con el teléfono móvil, le lleva al usuario directamente a información adicional sobre el producto.

2.2. Posicionamiento Teórico Personal

El planteamiento y la ejecución de este proyecto con el propósito de enriquecer y tener una visión más amplia en cuanto se refiere a comunicación mediante imágenes fotográficas plasmadas en una tarjeta postal que permiten a su vez la difusión de los atractivos turísticos que exaltan el cantón Cotacachi y sus alrededores.

La tarjeta postal como medio de comunicación resulta muy efectivo, permite además recrear y satisfacer aquellas personas aficionadas que encuentran en este tipo de souvenir un bonito recordatorio del lugar visitado

Los atractivos turísticos del cantón cotacachi se encuentran rodeados de una belleza paisajística que indiscutiblemente vale la pena resaltar y dar a conocer, para incentivar a que más personas de Ecuador y el mundo quieran visitar y disfrutar de estos atractivos turísticos.

2.3 Glosario de Términos

Amateur: Se aplica a la persona que practica una actividad, generalmente deportiva o artística, por placer y sin recibir dinero a cambio. Aficionado

Autóctono: Que tiene su origen en el mismo lugar en el que vive o se encuentra

Cenestésicos: La capacidad para usar todo el cuerpo en la expresión de ideas y sentimientos. Sensibilidad para percibir por los diferentes sentidos, los sentidos y los movimientos en el proceso de obtención de información. Capacidad de unir cuerpo y mente

Engalana: Poner adornado y guarnecido un lugar, como una calle o casa, con colgaduras, banderillas y cosas similares, generalmente con motivo de fiesta u homenaje.

Kinestésicos : sentido que detecta la posición de tu cuerpo, tu peso movimiento de los músculos, tendones y articulaciones.

Sondeo: Encuesta que se hace a un grupo de personas para saber lo que opinan sobre una cosa e intentar prever un resultado.

Souvenir: Objeto característico de un lugar turístico que sirve como recuerdo de un viaje a este lugar: el souvenir lleva escrito el nombre del lugar.

Teoría: conjunto de reglas, principios y conocimientos que explican un fenómeno de una ciencia, doctrina o una actividad deducidas a partir de la observación, la experiencia y el razonamiento lógico.

Tipología: es la ciencia que estudia los tipos o clases, se utiliza para definir diferentes categorías.

2.4. Interrogantes

1. ¿Cuáles son los procesos para mejorar la imagen escénica del paisaje en el cantón Cotacachi?
2. ¿Cómo utilizar una herramienta como medio de comunicación para difundir los atractivos turísticos de la región?
3. ¿De qué forma se logra mostrar los atractivos turísticos del cantón Cotacachi perteneciente a la provincia de Imbabura?
4. ¿La creación de un catálogo con tarjetas postales permitirá difundir los atractivos turísticos, conforme a los intereses sociales, económicos y culturales de la provincia de Imbabura?

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. TIPOS Y NIVELES DE INVESTIGACIÓN

Para lograr el buen desarrollo de este proyecto se ejecutó una investigación:

3.1.1. Cualitativa

Se realizó una investigación de tipo cualitativa orientada a determinar los atractivos más característicos para desarrollar un catálogo con tarjetas postales del cantón Cotacachi.

3.1.2. De campo

Se efectuó salidas de campo a los lugares de interés, para recolectar datos precisos que ayudaran a realizar el análisis de la información obtenida en las encuestas aplicadas a la población cotacachense.

3.1.3. Documental

Es necesario respaldar la investigación con documentación que permita dar soporte y mayor veracidad, por tal razón se buscó en internet, libros autores y fuentes relacionadas con la tarjeta postal, con el fin de obtener nuevos conocimientos y capacidad para dar alternativas que contribuyan al desarrollo cultural, social y turístico de la región.

3.1.4. Descriptiva

La presente investigación permitió analizar y presenciar los atractivos turísticos del cantón Cotacachi y sus alrededores con el fin de describir adecuadamente los principales atractivos característicos. De la zona propuesta.

3.1.5. Exploratoria

El desplazamiento hacia el cantón de Cotacachi, hizo posible analizar de forma directa, los atractivos turísticos más característicos del cantón y la recolección de datos sobre el comportamiento de sujetos, hechos o fenómenos.

3.1.6. Cuantitativa

A través de los datos obtenidos de las encuestas aplicadas a la población Cotacachense se aplicó las estadísticas y posibles alternativas.

3.1.7. Proyecto Factible

El presente proyecto se ejecutó para difundir los principales atractivos turísticos del cantón Cotacachi mediante un análisis realizado donde se verificarán las técnicas convenientes para la elaboración de las tarjetas postales en dicha propuesta.

3.2. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Para llevar a cabo la presente investigación fue necesario utilizar los siguientes métodos de investigación:

3.2.1. Observación

Para un correcto registro fotográfico se utilizó el método de observación, que permitió analizar los hechos tal cual como ocurren y obtener información útil, para el buen desarrollo de la presente investigación.

3.2.2. Recolección de Información

Durante el proceso de investigación en la creación del Catálogo con tarjetas postales, fue necesario e indispensable recolectar información de diversas fuentes que proporcionaron el análisis de antecedentes, el antes y el ahora permite llegar a formular el después. Fuentes bibliográficas de documentos originales, libros, prensa e internet.

3.2.3. Inductivo – deductivo

Partiendo del análisis de datos, recopilación de información, hasta el progreso de nuevos conocimientos para la ejecución del mencionado proyecto que tiene que ver con un catálogo de tarjetas postales.

3.2.4. Analítico – Sintético

Se utilizó en la investigación, considerando la información recolectada para apoyar en el desarrollo de la solución al problema de investigación

3.2.5. Estadístico

Además de arrojar datos para el análisis gráfico permitió, evaluar la aprobación y beneficios que aportó esta investigación.

3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Para optimizar la presente investigación se utilizó la siguiente técnica:

3.3.1. Encuesta

Fue fundamental en el proceso, de averiguación, después de haber descubierto el problema de investigación. Partiendo de los objetivos mencionados en este proyecto se elaboraron las preguntas que se consideraron convenientes realizar.

3.4. POBLACIÓN

Se estableció como grupo objetivo a hombres y mujeres que viven en el cantón Cotacachi y visitantes en plan de turismo, personas que les guste la naturaleza con sus bellezas escénicas.

El universo de los elementos que componen el sujeto de la investigación, en el cantón Cotacachi provincia de Imbabura lo conformarán 193.580 comprendidos entre:

Tabla: 1

Mujeres	Hombres	Turistas	Total
19.946	20.090	153.544	193.580

Total: 40.036, habitantes en el Cantón.

A partir de este universo se seleccionará una muestra representativa.

Fuente: Instituto nacional de estadísticas y censos (INEC)

3.5. MUESTRA

Se aplicará la siguiente fórmula para calcular el tamaño de la muestra:

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

Tabla: 2

n= muestra	N= 193.580	(N-1)=193.579	P.Q.=0,25	E=0,05	K=2
------------	------------	---------------	-----------	--------	-----

$$n = \frac{0.25 \cdot 193.580}{(193580-1) \frac{0.05^2}{2^2} + 0.25}$$

$$n = \frac{48395}{(193579) \frac{0.0025}{4} + 0.25}$$

$$n = \frac{48395}{(193579) 0,000625 + 0.25}$$

$$n = \frac{48395}{120.986875 + 0.25}$$

$$n = \frac{48395}{121.236875}$$

$$n = 399,17723$$

$$n = 399$$

CAPÍTULO IV

4. Análisis e interpretación de resultados de encuesta aplicada a la población del Cantón Cotacachi

4.1. ¿Cuál sería su nivel de preferencia para adquirir una tarjeta postal?

Tabla: 3

RESPUESTA	f	%
Conseguiría	83	21
Buscaría	127	32
Pensaría	68	17
Dudaría	58	14
No lo consideraría	63	16
TOTAL	399	100

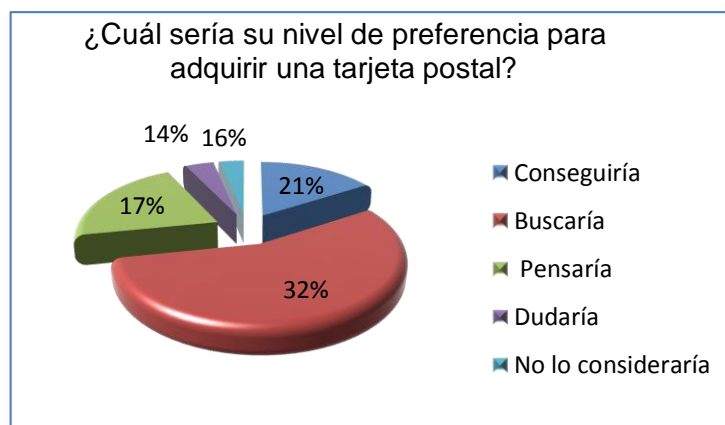


Gráfico: 11
Fuente: Población encuestada
Realizado por: Ivón Calderón

4.2. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una tarjeta postal?

Tabla: 4

RESPUESTA	f	%
Gratis	10	2
0,25CTVS	123	31
50 CTVS	226	57
1USD a 5USD	40	10
TOTAL	399	100



Gráfico: 12
Fuente: Población encuestada
Realizado por: Ivón Calderón

4.3. ¿Cómo se puede hacer una tarjeta postal más interesante?

Tabla: 5

RESPUESTA	f	%
Tamaño	8	2
Texto	21	5
Material	64	16
Imágenes	299	75
Otro, ¿cuál?	7	2
TOTAL	399	100

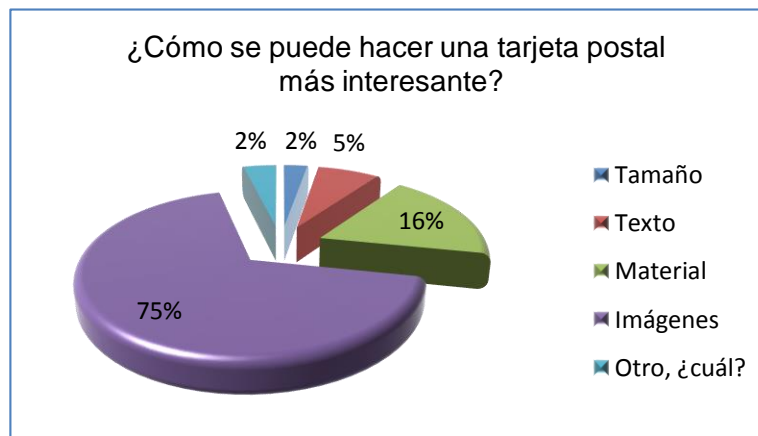


Gráfico: 13
Realizado por: Ivón Calderón
Fuente: Población encuestada

4.4. ¿Qué función debería cumplir una tarjeta postal?

Tabla: 6

RESPUESTA	f	%
De regalo	32	8
Publicitaria	57	14
Artística	28	7
Turística	282	71
TOTAL	399	100

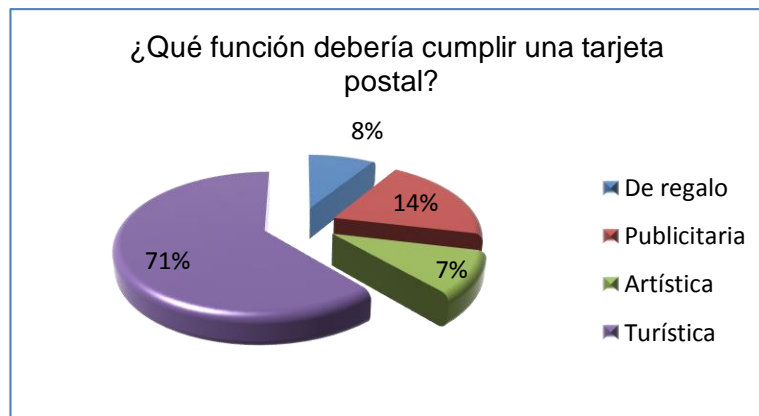


Gráfico: 14
Realizado por: Ivón Calderón
Fuente: Población encuestada

4.5. ¿Qué tipo de contenido le gustaría a usted encontrar en una tarjeta postal? (De Cotacachi)

Tabla: 7

RESPUESTA	f	%
Paisajes	248	62
Gente	8	2
Artesanías	15	4
Flora y fauna	128	32
TOTAL	399	100

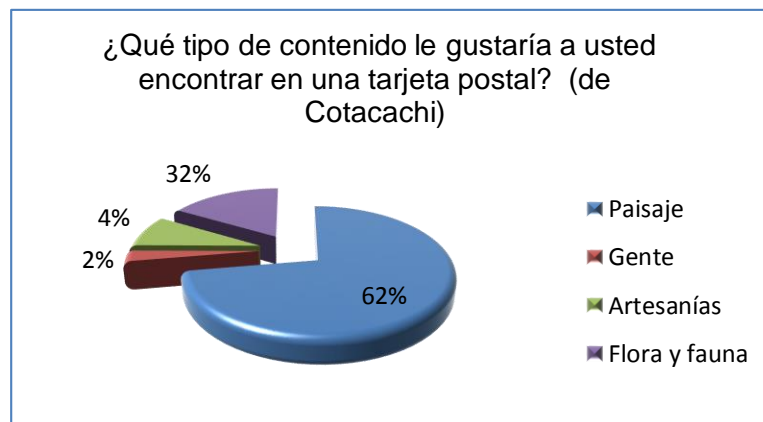


Gráfico: 15
Realizado por: Ivón Calderón
Fuente: Población encuestada

4.6. ¿Qué haría usted con una tarjeta postal?

Tabla: 8

RESPUESTA	f	%
La conserva	208	52
Colecciona	139	35
Utiliza en decoración	49	12
Descarta/Recicla	3	1
TOTAL	399	100

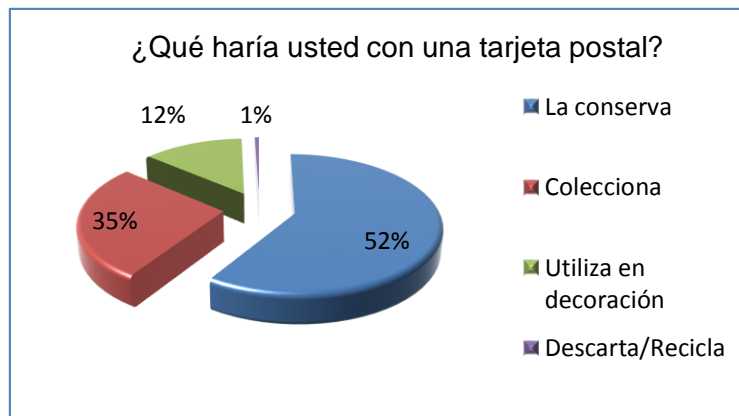


Gráfico: 16
Realizado por: Ivón Calderón
Fuente: Población encuestada

4.7. ¿En qué lugar usted esperaría encontrar una tarjeta postal?

Tabla: 9

RESPUESTA	f	%
Agencia de viajes	97	24
Tiendas	44	11
Supermercados	47	12
Aeropuertos	188	47
Otro ¿dónde?	23	6
TOTAL	399	100



Gráfico: 17
Realizado por: Ivón Calderón
Fuente: Población encuestada

4.8. Señale uno de los siguientes medios de comunicación que usted utiliza para informarse de temas turísticos.

Tabla: 10

RESPUESTA	f	%
Televisión	67	17
Radio	13	3
Prensa	17	4
Internet	302	76
TOTAL	399	100



Gráfico: 18
 Realizado por: Ivón Calderón
 Fuente: Población encuestada

4.9. Contrastación de Resultados

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a la población cotacachense y a turistas que vienen a visitar la provincia de Imbabura, en su contrastación se procede lo siguiente:

De lo investigado se pudo comprobar que las tarjetas postales, además de ser un elemento de comunicación, es una herramienta valiosa para difundir la riqueza natural y cultural de un país o región.

Se pudo observar que la tarjeta postal logra transmitir sensaciones, crea expectativa y despierta los sentidos, además de crear en el espectador una experiencia vivencial que perdura.

De acuerdo a los resultados obtenidos la mayoría de las personas buscaría una tarjeta postal y la conserva como un souvenir del lugar visitado.

Se pudo confirmar que la postal topográfica es idónea para mostrar la belleza y resaltar los atractivos turísticos de Cotacachi.

De la misma manera se analizó que las tarjetas postales son más llamativas si contienen imágenes. Desde la época en que se empezaron a diseñar postales con ilustraciones de ciudades, paisajes, flora y fauna se convirtieron en elementos llamativos, artísticos y documentales.

Se ha comprobado que la tarjeta postal es un elemento muy importante en el ámbito turístico y de acuerdo a los resultados obtenidos un 72% de las personas considera que la tarjeta postal debería cumplir una función turística.

Se pudo confirmar que debido a la belleza de los ambientes naturales que se observan en el Cantón Cotacachi, se ajustan perfectamente al concepto de la tipología postal para zonas turísticas.

El lenguaje de la postal fotográfica utiliza imágenes realizadas a través de métodos fotográficos, se pudo mostrar los lugares en su realidad tal y como son.

Los anteriores resultados determinan que las hipótesis planteadas en esta investigación apoyan los resultados obtenidos y por consiguiente se intenta difundir los atractivos turísticos de Cotacachi a través de un catálogo con tarjetas postales.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Luego del análisis de resultados. Para difundir mejor los atractivos característicos del Cantón Cotacachi, se concluye lo siguiente:

- El cantón Cotacachi posee atractivos turísticos significativos que merecen ser difundidos.
- Las tarjetas postales se consideran como un souvenir que adquiere el turista y se convierten en una de las maneras más prácticas para promocionar un destino turístico
- La tarjeta postal utilizada como medio de comunicación es fundamental para difundir la riqueza natural del Cantón Cotacachi.
- Mediante esta investigación se establece que el internet es uno de los medios de comunicación que más utiliza la población para informarse de todo lo relacionado al turismo.

5.2. Recomendaciones

- El Ministerio de turismo y Ministerio del medio ambiente, deberían elaborar de manera conjunta un programa de educación y difusión para que los pobladores de la zona cuiden y preserven la naturaleza con todos sus recursos.
- Es muy importante que los mismos habitantes de la región se conviertan en fuentes de difusión, lo cual revertirá en el mejoramiento de la imagen turística del país.
- Se recomienda que en tiendas, agencias de viajes y puntos de información turística de la provincia de Imbabura especialmente de Cotacachi, se distribuyan tarjetas postales propias de la región.
- Las autoridades municipales deben fortalecer el correcto manejo de los desechos por medio de acciones como el reciclaje, que disminuyen el impacto negativo de la basura sobre el paisaje, la calidad de vida de las personas, la salud de los ecosistemas naturales y la impresión que dejamos en los turistas internacionales.
- Al dejar abierta la posibilidad de incluir más postales en el catálogo se recomienda, buscar otros sitios de la zona para difundirlos.

5.3 Contestar las interrogantes de investigación en base a los resultados obtenidos.

1. ¿Cuáles son los procesos para mejorar la imagen escénica del paisaje en el cantón Cotacachi?

Es muy importante mostrar una excelente imagen escénica de manera que cautive la atención del turista, para dicho fin es indispensable contar con un equipo fotográfico profesional, la idea es mostrar el paisaje real.

2. ¿Cómo utilizar una herramienta como medio de comunicación para difundir los atractivos turísticos de la región?

Es necesario utilizar como medio de comunicación las redes sociales, para publicar imágenes contenidas en el catálogo y de esta manera difundir los atractivos turísticos del cantón Cotacachi

3. ¿De qué forma se logra promocionar los atractivos turísticos del cantón Cotacachi perteneciente a la provincia de Imbabura?

Teniendo en cuenta que una imagen vende, es preciso mejorar la calidad de los servicios y atractivos que se ofrecen.

4. ¿La creación de un catálogo con tarjetas postales permitirá difundir los atractivos turísticos, conforme a los intereses sociales, económicos y culturales de la provincia de Imbabura?

Difundir los atractivos turísticos del cantón Cotacachi de una manera artística, mediante un catálogo con tarjetas postales. Por el hecho de dar a conocer los atractivos turísticos se amplía la demanda y por ende mejora la calidad de vida para las personas de la región generando progreso e intercambio cultural.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA ALTERNATIVA

6.1. Título de la Propuesta

“DISEÑO DE UN CATÁLOGO CON TARJETAS POSTALES PARA DIFUNDIR LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN COTACACHI EN LA PROVINCIA DE IMBABURA, ECUADOR”

6.2. Introducción

La propuesta alternativa plantea diseñar un catálogo práctico, totalmente funcional con tarjetas postales que tienen como principal propósito difundir los atractivos turísticos más característicos del cantón Cotacachi en la provincia de Imbabura, Ecuador.

Para la creación de las tarjetas postales se ha recopilado fotografías que identifican los atractivos turísticos del cantón como son: la laguna Cuicocha, el volcán Cotacachi, mariposas y bosque nublado de Intag, diversas flores que se observan en el sendero de la laguna entre otros.

El catálogo comprende lo siguiente: portada, introducción, contenidos, glosario de términos y contraportada. Selección de 18 postales propias de la zona, una en cada página con la opción de colocar más de una postal debido que el catálogo tiene en sus hojas la función de bolsillo.

6.3. Justificación e Importancia

El Ecuador, posee lugares de gran belleza y riqueza natural con variedad de paisajes, lagunas, flora y fauna de la cual disfrutan las personas del exterior y nativos que viven en esta zona.

La importancia de diseñar un catálogo con tarjetas postales para difundir y dar el reconocimiento que merece la riqueza natural del Ecuador en especial, los atractivos turísticos del cantón Cotacachi y a su vez mejorar la economía para las personas de la región. Son pocas las tarjetas postales que actualmente circulan en Cotacachi. El catálogo de tarjetas postales permite además rescatar la tarjeta postal y del mismo modo difundir los atractivos turísticos del Cantón.

Una tarjeta postal de calidad que realza el paisaje natural generando en el espectador interés y motivación por conocer los lugares de ver y sentir el sitio que está plasmado en la tarjeta.

En el catálogo de tarjetas postales, los turistas tienen la oportunidad de ver con detenimiento las imágenes de los principales atractivos que posee el cantón Cotacachi.

6.4. Fundamentación de la propuesta

La gran biodiversidad que abarca el cantón Cotacachi constituye la materia prima para actividades turísticas, teniendo en cuenta la participación directa de comunidades locales como principales beneficiarios de este tipo de actividad. El catálogo de tarjetas postales es un aporte significativo para el turismo, por medio de las mismas se difunde los atractivos turísticos del cantón Cotacachi.

6.4.1. Fundamentación científica

6.4.1.1 Diseño

Consiste en la realización de un boceto, bosquejo o esquema que se inicia mediante una idea para luego ser plasmada gráficamente

El concepto de diseño suele utilizarse en el contexto de las artes, arquitectura, ingeniería y otras disciplinas. El momento del diseño implica una representación mental y la posterior plasmación de dicha idea en algún formato gráfico (visual) para exhibir cómo será la obra que se planea realizar.

El diseño, por lo tanto, puede incluir un dibujo o trazado que anticipe las características de la obra

Se tiene en cuenta aspectos estéticos y técnicas. Esto exige a los diseñadores estudios, investigaciones y tareas de modelado que le permitan encontrar la mejor manera de desarrollar el objeto que pretenden crear

6.4.1.2. Catálogo

Conjunto de publicaciones u objetos que se encuentran clasificados para la venta se compone principalmente por imágenes de los productos o servicios que se ofrecen de la empresa y que pueden ir acompañadas de breves descripciones, como el precio o algunos de los importantes beneficios.

Se puede considerar como una herramienta de comunicación visual sobre lo que se muestra o promueve.

6.4.1.3. Tarjetas postales

Pieza rectangular y pequeña de cartulina, plástico u otro material que contiene cierta información o tiene un uso determinado, se envía por correo, por una cara tiene una fotografía o ilustración, Por el otro lado tiene un espacio en blanco para escribir la dirección y pegar el sello sirve para enviar mensajes cortos sobre visitas turísticas, pensamientos o sentimientos.

Por lo general, miden 15 por 10,5 centímetros. Medidas actuales, la forma más utilizada al momento de crearlas, es la rectangular. Aun cuando, existen ciertas postales que no se rigen por los cánones regulares y poseen distintas formas, materiales y tamaño. Las postales llegan a pesar entre 3 y 5 gramos. Por lo mismo, son bastante prácticas de transportar.

Muchas de las postales, no se compran para lo que fueron creadas, sino como tipos de recuerdos, del viaje que uno realizó.

Las postales clásicas de papel siempre van a tener su lugar ya que son una excelente manera de recordar nuestros viajes y de enviar saludos a nuestros seres queridos.

6.4.1.4. Difundir

Es la acción y efecto de propagar, divulgar o esparcir. Hace referencia a la comunicación extendida de un mensaje.

Por ejemplo: “La ciudad tiene hermosos atractivos turísticos, pero falla en su difusión; por eso no recibe tantos visitantes”

Los periodistas y los expertos en comunicación social son los profesionales escogidos por las empresas y las organizaciones para trabajar en la difusión de sus productos, servicios, actividades, etc. Los medios de comunicación

como la televisión, la radio, las publicaciones impresas o Internet, son los canales utilizados para la difusión de contenidos a nivel masivo.

Las redes sociales representan una herramienta muy potente y versátil, sirven para mejorar la difusión de las noticias y de la información en general.

6.4.2. Fundamentación turística

6.4.2.1. Atractivos turísticos

Son todos los elementos con determinada atracción cultural, sentido histórico, belleza natural, que motiva al turista a viajar por gusto, diversión, y satisfacción propia.

(Universo, 2014) Ecuador lanzó el 27 de marzo la campaña All you need is Ecuador que utiliza el popular tema de The Beatles como vehículo emocional para promover los atractivos de las regiones naturales: Litoral, Sierra, Amazonía e insular.

■ Cantón Cotacachi

“Reliquia ecológica y cultural de los Andes”

Es una Villa tranquila de tierras fértiles, prados y campiñas asentada en las faldas del Cotacachi. Es conocida como la ciudad capital musical del Ecuador por la devoción que expresa su pueblo por la música y denominada Castillo de luz por la combinación de elementos naturales, culturales y sobre todo artesanales lo que le convierte en el cantón más próspero de la provincia.

El Cantón Cotacachi está ubicado a 25km de la ciudad de Ibarra y a 104 km al noreste de Quito, capital del Ecuador, en la Provincia de Imbabura, es el

cantón más extenso de los seis que conforman la Provincia con una superficie de 1809 km² aproximadamente.

■ **Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas**

Está ubicada en la zona baja en Esmeraldas; y en la zona alta en Imbabura. Fue creada el 28 de agosto de 1968, por Decreto No. 1468. Cuenta con una superficie de 204.420 has - 505.114 acres. Esta reserva está conformada por dos zonas, baja y alta. Su vegetación se caracteriza por la presencia de árboles de madera como de caoba, guayacán, roble y balsa. Especies como el puma maqui, el quishuar, romerillo, la chuquiragua (flor del andinista), entre otras se pueden encontrar en la zona alta. Con respecto a su fauna, se puede mencionar la existencia de tapires, tigrillos, osos hormigueros, jaguares, armadillos, cóndores, tucanes, y muchas otras especies. En la zona adyacente a la Reserva, viven dos grupos étnicos: los chachis y los negros.

■ **Laguna de Cuicocha**

(Tsui-Cocha), denominada “Laguna de los Dioses” está ubicada 12 Km. al Sur Oeste de Cotacachi y 14 Km. de Otavalo.

Está formada por un antiguo cráter al pie del Volcán Cotacachi, tiene 4 Km. de largo por 3 Km. de ancho y aproximadamente 200 m. de profundidad, en ella sobresalen dos islotes que llevan los nombres de Teodoro Wolf y José María Yeroví. Dentro de la vegetación desarrollada se puede encontrar patos, variedades de plantas medicinales y decorativas. En algunas ocasiones privilegiadas se observa al rey de los Andes el Cóndor.

■ **Cascada de Santa Rosa**

Escondida a 1 hora desde la entrada de Santa Rosa en Intag, de fácil acceso, durante el recorrido se pueden encontrar mariposas, y mucha vegetación.

■ Páramos y lagunas de Piñán.

Presentan una singular belleza escénica donde se puede apreciar la flora y fauna. La pesca de trucha está permitida y es muy recomendable acampar con equipo adecuado a orillas de la laguna.

Lagunas de Piñan

Situada al Nor Occidente de Urcuquí es un complejo lacustre donde sobresalen las lagunas de Donoso, Patococha y Cristococha, cubiertas de pajonales y regadas por ríos cristalinos que ofrecen un paisaje impresionante.

■ **Las Termas Yanayacu**

La termas Yanayacu, están ubicadas a 1Km. al Nor Occidente de Cotacachi, sus aguas subterráneas con alta concentración de hierro presenta un color amarillo, tienen una temperatura de 17°C con poderes medicinales. Son utilizadas principalmente para tratamiento de enfermedades artríticas, reumáticas, neuríticas, osteo artríticas, neuritis, entre otras. Además que son aguas que poseen un alto valor para los indígenas ya que son utilizadas para baños y rituales ceremoniales.

■ **Bosque Protector "La Florida"**

El Bosque Andino Primario Protector "La Florida", tapizado de orquídeas, helechos, y flores silvestres, está ubicado al norte de la parroquia de Apuela, al noroccidente del cantón Cotacachi. Es un bosque primario andino que

sirve de refugio de algunas especies animales que están en peligro de extinción como es el oso de anteojos, la cervicabra, el tuta mono y de aves como el tucán andino.

- **Bosque Protector "Los Cedros"**

Está ubicado en el sector de manduaricos, zona de Intag, cantón Cotacachi. Su fauna la componen animales silvestres como reptiles, pumas; y especies de flora como orquídeas y cedros.

- **Balneario de Nangulví**

Es un manantial de aguas termales de origen volcánico rodeado de colinas cubiertas de bosque primario, las aguas de este balneario poseen propiedades curativas para enfermedades de tipo respiratorias, artríticas, etc. Su cálido ambiente y agradable vegetación atraen a pobladores y visitantes

- **Patrimonio cultural**

- **Iglesia "La Matriz"**

La Iglesia de La Matriz conserva un estilo neoclásico, en ella se combinan la arquitectura Griega y Romana. En su interior se encuentran obras de arte del siglo XVII y XVIII, como El Señor de la Columna, San Nicolás de Bari tallado en madera policromada, la virgen de Dolores entre otros.

6.4.4.1. TALABARTERÍA

Es la actividad predominante de los artesanos Cotacacheños, quienes elaboran una gran variedad de artículos de cuero como: billeteras, carteras, cinturones, maletas, zapatos, ropa, entre otros.

Hay varios talleres de talabartería abiertos al público donde se puede observar el proceso a seguir para obtener un producto final de calidad y con identidad del lugar

6.4.4.2. TEJIDOS

En base a la cabuya procesada, venas de los árboles y mimbre las mujeres del valle de Intag confeccionan artesanías de tipo decorativo como alfombras, cortinas, porta-macetas, carteras bolsos, cinturones, entre otros, de diversos colores teñidos con elementos naturales.

6.4.4.3. LAS FIESTAS DEL INTI RAYMI

Propia de los indígenas, se celebra con el fin de adorar el agua, la tierra y el sol, posteriormente llamada por los españoles fiesta de "San Pedro", se realiza anualmente todos los meses de junio en todas las comunidades que pertenecen al cantón Cotacachi, provincia de Imbabura

El motivo es honrar la cosecha a través de cantos, danzas, creencias, rituales, etc. convocando a cientos de personas que se preparan para este acontecimiento

6.4.4.4. Feria del Cuero

Se realiza los feriados de semana Santa y el 02 de noviembre en finados, propios y extraños visitan Cotacachi para observar las artesanías en cuero y los principales eventos que se realiza como son: Pasarelas, shows artísticos, gastronomía y mucho más.

6.5 Objetivos

6.5.1 Objetivo general

Promocionar los atractivos turísticos del cantón Cotacachi perteneciente a la provincia de Imbabura en Ecuador, a través de la imagen fotográfica recopilada en un catálogo postal.

6.5.2. Recomendaciones para la difusión

- El Ministerio de turismo debería dar oportunidad para que estas tarjetas postales hagan parte del material de promoción turístico que se distribuye a las agencias de turismo nacional.
- Las Autoridades, a quien les corresponda, deben aportar con el mejoramiento de las vías de acceso hacia los lugares turísticos de Cotacachi.
- Este proyecto puede ser tomado por parte del MINTUR como un plan modelo para la promoción de otros importantes atractivos turísticos.
- Se recomienda que en tiendas, agencias de viajes y puntos de información turística de la provincia de Imbabura especialmente de Cotacachi, se distribuyan tarjetas postales propias de la región.

6.6. Ubicación sectorial y física

La actual investigación se realizó en el Cantón Cotacachi provincia de Imbabura, Ecuador.



Grafico: 19

Realizado por: Ivón Calderón

6.6.1. Desarrollo de la propuesta

La implementación de un catálogo con tarjetas postales del Cantón Cotacachi perteneciente a la provincia de Imbabura Ecuador. Mostrando de forma práctica y creativa las distintas tarjetas postales y de este modo difundir mejor, los atractivos más característicos que rodean esta zona.

6.6.2. Público objetivo

Hombres y mujeres entre 25 y 50 años de edad.

- De Status económico, medio-alto
- Que llevan una vida social activa
- Que viven en Ecuador
- Que vienen a conocer la provincia de Imbabura en plan de turismo
- Que les gusta la naturaleza
- Que les gusta el paisaje con sus bellezas escénicas
- Agencias de turismo

6.6.3. Soporte- Formato- Software

6.6.3.1. Soporte: Catálogo con tarjetas postales

El catálogo, contiene 18 imágenes propias del sector como son: paisaje, flora y fauna, mediante fotografías realizadas para ser transformadas en tarjetas postales. La postal por un lado contiene completamente la imagen del lugar y la marca. Al reverso está dividida por una línea. En el lado izquierdo deja un espacio en blanco, en la parte inferior se visualiza la marca que identifica las postales, en el lado derecho una breve descripción de la imagen o el lugar, y datos de contacto. Teléfonos, correo electrónico y un código QR.

6.6.3.2. Formato

Existen tres formatos característicos: apaisado, es más ancho que alto, vertical, la altura es mayor que la anchura y cuadrado.

Para brindar al consumidor práctico uso del catálogo, se ha determinado hacer con las siguientes características: con medidas de 36 cm, de ancho por 20 cm de alto, teniendo en cuenta un centímetro para el anillado.

Tabla: 11

Catálogo	Tarjetas postales
Cerrado: 20 x 16 cm	16 x 11 cm
Abierto: 40 x 16 cm	Horizontales y verticales

Para las tarjetas postales se tiene en cuenta: tamaño de 16 por 11 centímetros tanto para orientación vertical como horizontal, y que no pese más de 5 gramos, de este modo facilitando comodidad para llevarlas de un lado a otro.

Los bolsillos para las tarjetas postales están diseñados de la misma manera, tanto para posición vertical como horizontal.

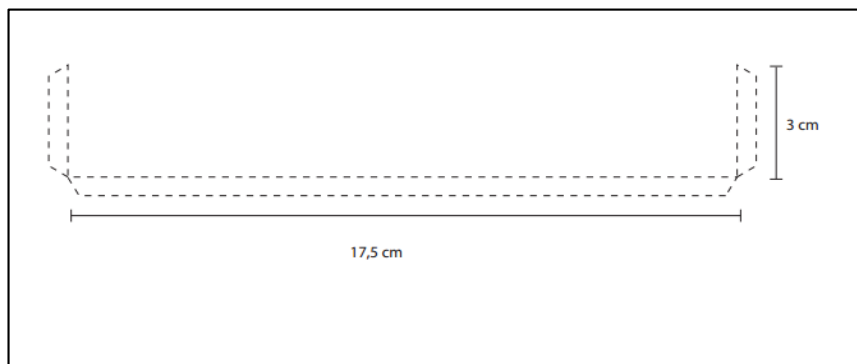


Gráfico: 20

6.6.3.3. Software

Para diseñar el catálogo con tarjetas postales se ha utilizado un conjunto de herramientas y técnicas necesarias que integran Adobe Ilustrador, y Photoshop, para aplicar de manera práctica todo lo relacionado con el diseño del catálogo y de las postales.

6.6.3.3.1. Adobe Ilustrador

Es una herramienta que contiene múltiples opciones creativas. Al momento de diseñar nos permite crear gráficos vectoriales a un alto nivel. Podemos realizar packagin, diseños para envases, logos, manual de marca, folletos, tablas. Esta aplicación es más reconocida por la calidad y nivel artístico de las ilustraciones creadas, frecuentemente es utilizado por artistas muy experimentados debido a que requiere de una cierta cantidad de tiempo y esfuerzo para poder aplicarlo.

Para elaborar el diseño del catálogo y de las tarjetas postales se ha hecho uso de las herramientas de Illustrator.

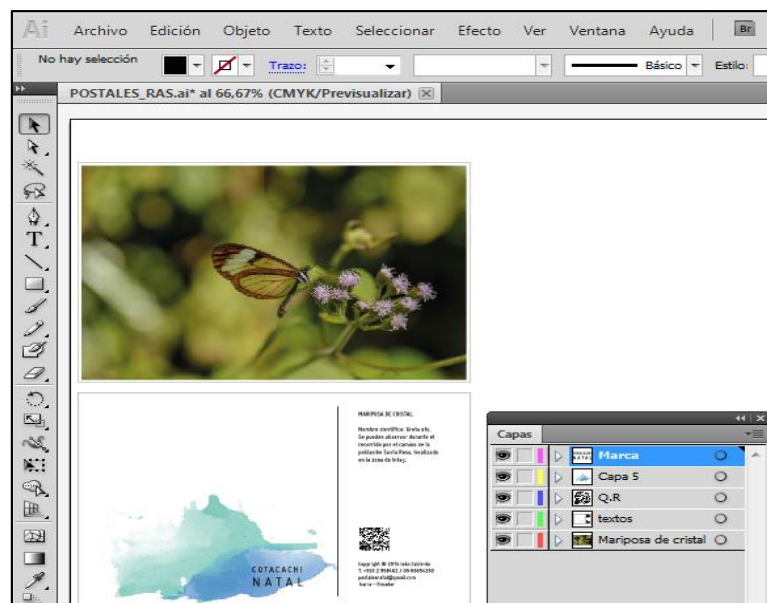


Gráfico:21

6.6.3.3.2. Adobe Indesign

Es utilizado para diferentes funciones, el diseño de documentos, paginar periódicos, revistas, y otros materiales de publicación, como resultado se obtiene un producto de aspecto profesional.

6.6.3.3.3. Adobe Photoshop

Es una aplicación que combina un conjunto de herramientas utilizadas para editar, componer, retocar y transformar imágenes.

Para obtener una imagen impecable las postales que contiene el catálogo, han pasado por un proceso de: retoques, aumento de luz, brillo y ajuste de imagen. Fue necesario utilizar la herramienta pincel corrector para quitar manchas ocasionadas por el polvo que entró en el sensor de la cámara.

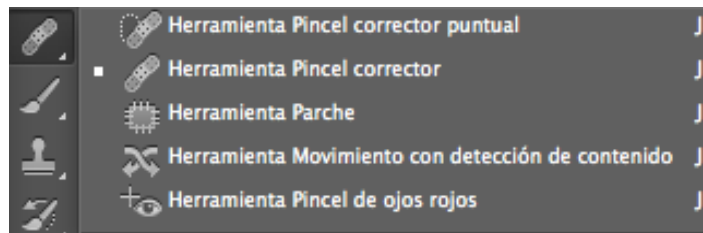


Gráfico:22

6.6.4. CONCEPTO EDITORIAL

Estilo: publicitario turístico- Formal- Emotivo- Real- Artístico

Concepto: Difundir los atractivos más característicos del Cantón Cotacachi

Recursos visuales: Fotografías, ilustración, espacios en blanco, texto y pie de foto.

Equipo editorial

- Presidente
- Gerente general
- Dpto. Creativo
- Dpto. De medios
- Dpto. Investigación
- Director creativo
- Redactor y director de arte
- Fotógrafo
- Diseñador

6.6.4.1. ESTILOS DE TEXTO

Con el fin de ofrecer al público objetivo un mensaje coherente y visualmente armónico se ha empleado una fuente tipográfica legible. Para las tarjetas postales y para el catálogo se ha utilizado la misma fuente tipográfica, en diferentes tamaños.

MISO: es una fuente de letras arquitectónica, creada por Marten Nettelbladt. Esta tipografía se encuentra disponible en tres formas: Light, Regular y Bold

Tabla: 12

Tamaños de texto	Alineación de texto	Fuente tipográfica
Titular: 24pt,36pt	Alineaciones de textos, al lado izquierdo, derecho, centrado y justificado	Miso bold, light
Solapas: 12pt		
Introducción:12pt		
Contenidos:12pt, 14pt		

6.6.4.2. RETÍCULAS

Es una estructura compuesta de líneas verticales y horizontales que sirve para organizar mejor el contenido, textos o imágenes. Esta herramienta nos puede facilitar equilibrio en la composición al momento de diseñar.

Se organizó de la siguiente manera:

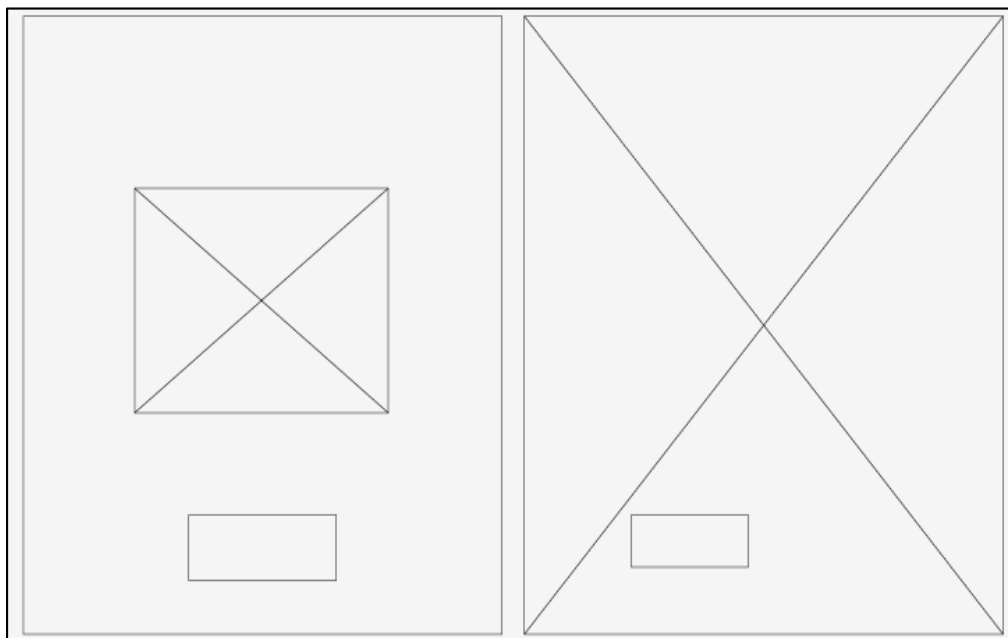


Gráfico:23. Portada y contraportada

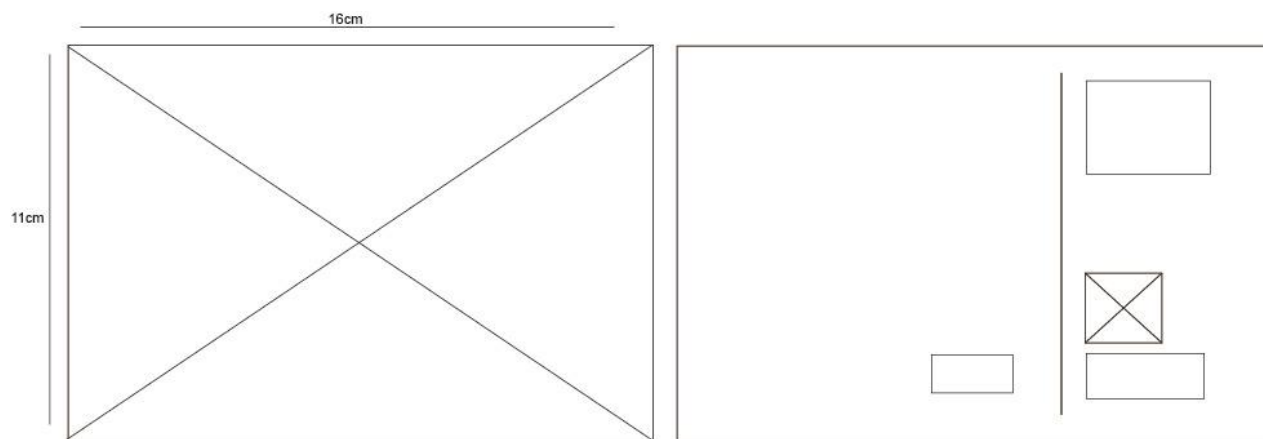


Gráfico: 24. Tarjeta postal

Anverso: Imagen

Reverso: Lado izquierdo espacio en blanco para escribir

Izquierdo inferior, marca Natal

Derecho superior, descripción de la imagen

Derecho inferior, código QR

Derecho inferior, datos de contacto

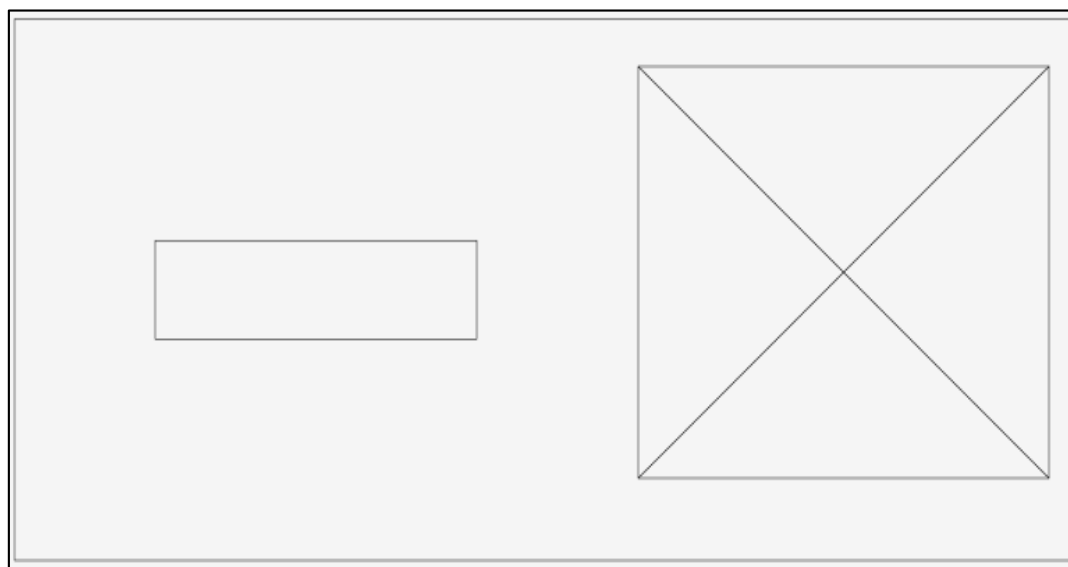


Gráfico: 25. Contenidos

6.6.5. MARCA

Las tarjetas postales que se ofrecen deben ser reconocidas por un nombre y una imagen que cautive, encante y perdure en la mente del consumidor.

La identidad de la marca está creada de forma: sencilla, legible, fácil de pronunciar y memorizar, pensada en el entorno natural de las mariposas, de la laguna. El nombre de la marca está relacionado con el lugar donde se nace, en este caso en el Cantón Cotacachi, nacen: la laguna Cuicocha, el volcán, bosque nublado, mariposas, flora y fauna de la zona.

Tipografía: Miso lighth, bold

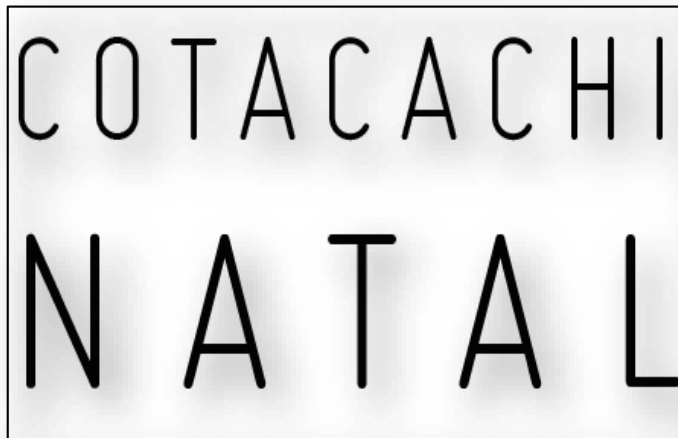


Gráfico:26

Realizado por: Ivón Calderón

6.6.5.1. MARCA GRÀFICA

La propuesta de la marca propia, esta constituida por un simbolo relacionado con una línea que simboliza un gesto. Este isólogo quiere expresar de una forma estilizada, entusiasmo, pasión, esfuerzo, placer, valor. La linea nos da la connotación de una sonrisa.

En la parte inferior se observa el apellido y nombre del Autor, representado por la tipografia o fuente: Simplifica

Composición: Símbolo o Isotipo

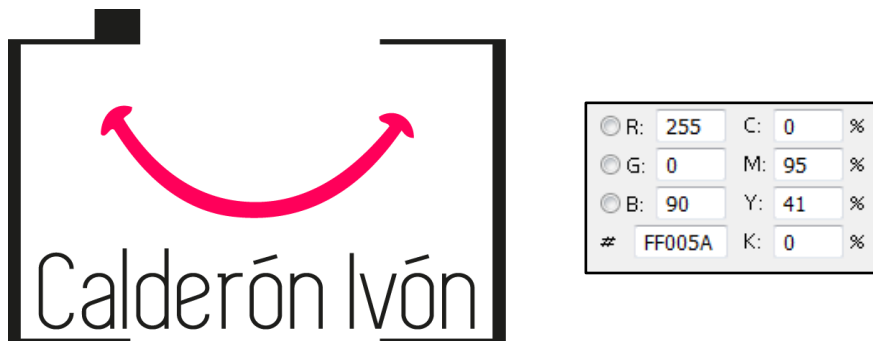


Gráfico: 27
Realizado por: Ivón Calderón

Tipografía: **Simplifica**

Esta fuente tipográfica es de estructura delgada y elegante que eleva la seriedad. Denota rectitud.

La sonrisa es una respuesta natural a un estímulo, que surge de forma espontánea.

El color Rojo fucsia, es un color que fácilmente se puede asociar con la elegancia, moda, y glamour. Expresa energía, entusiasmo, felicidad y afecto.

6.6.5.2. PORTADA

Se ha seleccionado una ilustración de la bella mariposa 88 cuyo nombre científico es *Diaethria anna*. Con el fin de contar que existen en el valle de Intag y muchas personas lo desconocen. En Cotacachi la laguna Cuicocha, es uno de los atractivos turísticos más característicos del Cantón, al igual que el volcán, estos son reconocidos a nivel internacional. El propósito es ilustrar en la portada una mariposa para destacar su valor natural.

Este tipo de mariposas las podemos encontrar en Perú, Brasil, Guatemala y ahora, en el valle de Intag, en Ecuador.

6.6.5.3. COLORES

Se ha seleccionado el color del cielo y del mar. Azul, que se relaciona con estabilidad y calma, representa lealtad, confianza, sabiduría, verdad y fe. Verde, es el color de la naturaleza. Representa armonía, frescura y crecimiento.

6.6.5.4. CONTENIDOS

Los contenidos para el catálogo están organizados de la siguiente manera:

Primero, las postales realizadas en la zona de Intag: mariposas, el bosque nublado, la cascada y el río Toabunchi. Seguidamente, la laguna de Cuicocha, el volcán Cotacachi, canal entre los islotes, variedad de plantas silvestres que se observan en el sendero alrededor de la laguna, Gallareta de pico blanco, Algas de la laguna, Iglesia central y vistas panorámicas desde

Cuicocha. En cada página del catálogo se ubica una postal con una breve descripción de las imágenes.

- **Mariposa de cristal:** Nombre científico Greta oto. La bella mariposa se puede observar durante el recorrido por el camino de la población Santa Rosa, localizada en la zona de Intag.
- **Mariposa 88:** Nombre científico Diaethria anna, la hermosa mariposa se puede contemplar en la zona de Intag, población de Santa Rosa, además de disfrutar del paisaje auténtico durante el trayecto. Aunque esta mariposa proviene de Guatemala, Brasil Perú, Argentina y hoy las podemos apreciar en Intag.
- **Cascada de Santa Rosa:** Está ubicada en la zona de Intag en medio de un ambiente totalmente natural. Desde la población de Santa Rosa se debe caminar aproximadamente una hora. Durante el recorrido se puede apreciar el curso del Río Toabunchi.
- **Río Toabunchi:** Se encuentra localizado en la población de Santa Rosa, zona de Intag. Se puede llegar por un camino de fácil acceso. Un lugar ideal para la recreación familiar.
- **Bosque nublado de Intag:** El asombroso bosque nublado se origina por el choque en la Cordillera Occidental de las nubes provenientes de la costa.
- **Laguna de Cuicocha:** La laguna se formó en el interior de un cráter de 3 km. de diámetro. Sus islotes son producto de la renovación de actividad volcánica luego de las erupciones explosivas que formaron el cráter. Llamada también “Laguna de los Dioses.” en momentos combina tonos azul marino y esmeralda. Es una grandiosa laguna que

permite acceder fácilmente por los senderos, en el recorrido se aprecian admirables paisajes.

- **Volcán Cotacachi:** Está ubicado en la Sierra Norte, en la cadena Occidental de la Cordillera de los Andes. Tiene una altura de 4.939 m. Desde esta montaña se visualiza la laguna Cuicocha
- **Canal entre los Islotes de la laguna Cuicocha:** Llamado “el canal de los ensueños” se encuentra en medio de dos islotes cubiertos de vegetación, el islote más pequeño recibe el nombre de José María Yerobi, y el más grande Teodoro Wolf.
- **Flores Silvestres:** Una variedad de fascinantes flores silvestres se pueden observar fácilmente a lo largo del pintoresco sendero construido alrededor de la laguna.
- **Gallareta pico blanco:** Este pato de agua dulce cuyo nombre común es Gallareta, se puede observar en la laguna de Cuicocha.
- **Algas de la laguna Cuicocha:** en la laguna Cuicocha, se observa algunas algas de las cuales se alimentan las gallaretas.
- **Iglesia la Matriz:** se encuentra en el centro poblado de Cotacachi, adornada con columnas de piedra, cornisas, barandillas, balcones y su techo en teja le da un estilo neoclásico.
- **Vistas panorámicas desde Cuicocha:** El estado natural completo en las áreas de esta zona se combina con la belleza panorámica y los incentivos de paisajes variados de expresión artística y estética.

6.6.5.5. CONTRAPORTADA

En la contraportada se visualiza una ilustración de plantas. En la parte inferior y centrado muestra información de contactos como: números de teléfonos, correo electrónico y país donde se originó.

6.6.5.6. SOLAPAS

En las hojas seleccionadas para las solapas se encuentra información como:

Copyright © 2014

Investigación: Ivón Calderón

Fotografía: Ivón Calderón

Ilustración de portada: Jazmín buitrón

6.6.5.7. CRÈDITOS

En el catálogo se dispone el espacio para agradecimientos con información que reconoce a quienes han colaborado en la creación de este proyecto.

Agradecimientos:

David Ortiz: Tutor de proyecto de grado

Jazmín: Ilustración de portada

Carlos Cevallos: Guía de turismo

Lorena y Juan pablo: colaboración con las encuestas

Ivón Calderón: Investigación y fotografías

6.6.6. ENCUADERNACIÓN

Para abrir completamente el catálogo se realizó la encuadernación en espiral metálico. Este tipo de encuadernación es ideal para los catálogos que se van leyendo mientras se tienen las manos ocupadas. Las hojas son individuales y se perforan para meter la espiral. El alambre se pasa girando a través de los agujeros y se dobla en los extremos para evitar que las hojas se salgan.

6.6.7. Selecciones - Clasificación

Realizadas las fotografías para las tarjetas postales se procede a seleccionar las de mejor momento y composición. El proceso de clasificación se hizo de la siguiente manera:

- Descartar las fotografías que están desenfocadas, borrosas y las de prueba
- Organizar por carpetas las fotos repetidas
- Eliminar las copias

Tabla: 13

Clasificación	<ul style="list-style-type: none">▪ Mariposas de Intag▪ Cascada▪ Río Toabunchi▪ Bosque nublado de Intag▪ Laguna Cuicocha▪ Volcán Cotacachi▪ Canal entre los Islotes de Cuicocha▪ Flores silvestres▪ Gallareta de pico blanco▪ Iglesia la Matriz▪ Vistas panorámicas
---------------	---



COTACACHI
NATAL

MARIPOSA DE CRISTAL

Nombre científico: *Greta oto*
Se pueden observar durante el recorrido por el camino de la población Santa Rosa, localizada en la zona de Intag.



Copyright © 2015 Ivón Calderón
T. +593 2 958462 / 09 69654260
postalesnatal@gmail.com
Ibarra - Ecuador



Tabla: 14

TÍTULO		<i>Mariposa de cristal Crystal Butterfly</i>
EDICIÓN	<i>Lugar</i>	<i>Intag</i>
	<i>Año</i>	<i>2014</i>
	<i>Fotografía y Diseño</i>	<i>Ivón Calderón</i>
DESCRIPCIÓN FÍSICA	<i>Formato</i>	<i>16 x11</i>
	<i>Papel</i>	<i>Papel Couche</i>
	<i>BN- Color</i>	<i>Color</i>
	<i>Otras características</i>	<i>Fotografía enmarcada por un espacio en blanco</i>
ANVERSO		<i>Primer plano de la mariposa de cristal. En Posición horizontal y la Marca Natal</i>
REVERSO		<i>Está dividida en dos partes, en el lado izquierdo deja un espacio en blanco, en la parte inferior del mismo lado se visualiza la marca que identifica las postales, en el lado derecho una breve descripción de la imagen o el lugar, y datos de contacto. Teléfonos, correo electrónico y código QR.</i>
CÀMARA NIKON D7100		<i>Iso: 200</i>
		<i>Distancia focal: 70mm</i>
		<i>Diafragma: f/4</i>
		<i>Velocidad: 1/1.000</i>



MARIPOSA 88

Nombre científico: *Diaethria Anna*
La hermosa Mariposa se puede contemplar en la zona de Intag, población de Santa Rosa, además de disfrutar del paisaje auténtico durante el trayecto.

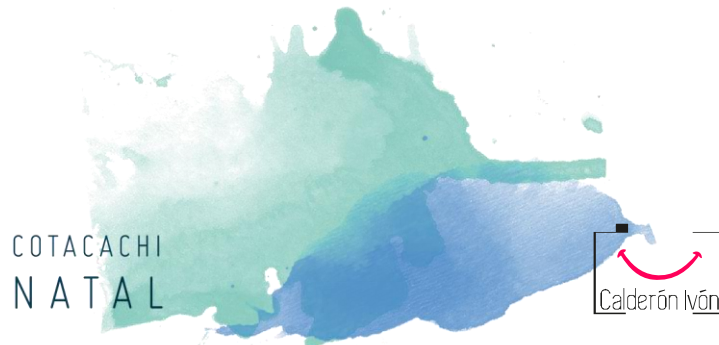
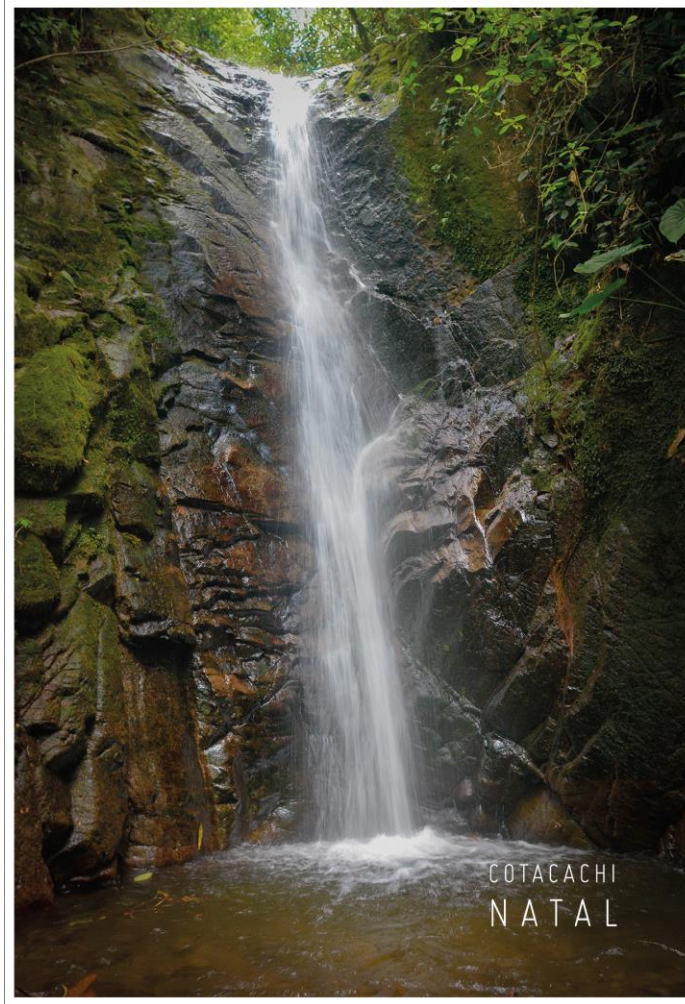


Copyright © 2015 Ivón Calderón
T. +593 2 958462 / 09 69654260
postalesnatal@gmail.com
Ibarra - Ecuador

Gráfico: 29

Tabla: 15

TÍTULO		<i>Mariposa 88 Butterfly eighty eight</i>
EDICIÓN	<i>Lugar</i>	<i>Intag</i>
	<i>Año</i>	<i>2014</i>
	<i>Fotografía y Diseño</i>	<i>Ivón Calderón</i>
DESCRIPCIÓN FÍSICA	<i>Formato</i>	<i>16 x11</i>
	<i>Papel</i>	<i>Papel Couche</i>
	<i>BN- Color</i>	<i>Color</i>
	<i>Otras características</i>	<i>Fotografía enmarcada por un espacio en blanco</i>
ANVERSO		<i>Primer plano de la mariposa 88. Posición horizontal</i>
REVERSO		<i>Está dividida en dos partes, en el lado izquierdo deja un espacio en blanco, en la parte inferior del mismo lado se visualiza la marca que identifica las postales, en el lado derecho una breve descripción de la imagen o el lugar, y datos de contacto. Teléfonos, correo electrónico y un código QR.</i>
CÀMARA NIKON D7100		<i>Iso: 200</i>
		<i>Distancia focal: 70mm</i>
		<i>Diafragma: f/4</i>
		<i>Velocidad: 1/2.500</i>



CASCADA DE SANTA ROSA

Está ubicada en la zona de Intag, en medio de un ambiente totalmente natural. Desde la población de Santa Rosa se debe caminar aproximadamente una hora. En el recorrido se puede apreciar el curso del río Toabunchi.



Copyright © 2015 Ivón Calderón
T. +593 2 958462 / 09 69654260
postalesnatal@gmail.com
Ibarra - Ecuador

Tabla: 16

TÍTULO		<i>Cascada en Santa Rosa Santa Rosa waterfall</i>
EDICIÓN	<i>Lugar</i>	<i>Intag</i>
	<i>Año</i>	<i>2014</i>
	<i>Fotografía y Diseño</i>	<i>Ivón Calderón</i>
DESCRIPCIÓN FÍSICA	<i>Formato</i>	<i>16 x11</i>
	<i>Papel</i>	<i>Papel Couche</i>
	<i>BN- Color</i>	<i>Color</i>
	<i>Otras características</i>	<i>Fotografía enmarcada por un espacio en blanco</i>
ANVERSO		<i>Plano general de la cascada. Posición vertical</i>
REVERSO		<i>Está dividida en dos partes, en la parte superior deja un espacio en blanco y se visualiza la marca en la parte inferior una breve descripción de la imagen o el lugar y datos de contacto. Teléfonos, correo electrónico y código QR</i>
CÀMARA NIKON D7100		<i>Iso: 800</i>
		<i>Distancia focal: 17mm</i>
		<i>Diafragma: f/6,3</i>
		<i>Velocidad: 1/15</i>



Gráfico: 31

RÍO TOABUNCHI

Se encuentra localizado en la población de Sta. Rosa, zona de Intag. Se puede llegar por un camino de fácil acceso. Un lugar ideal para la recreación familiar.



Copyright © 2015 Ivón Calderón
 T. +593 2 958462 / 09 69654260
 postalesnatal@gmail.com
 Ibarra - Ecuador

Tabla: 17

TÍTULO		<i>Río Toabunchi Toabunchi river</i>
EDICIÓN	<i>Lugar</i>	<i>Santa Rosa-Intag</i>
	<i>Año</i>	<i>2014</i>
	<i>Fotografía y Diseño</i>	<i>Ivón Calderón</i>
DESCRIPCIÓN FÍSICA	<i>Formato</i>	<i>16 x11</i>
	<i>Papel</i>	<i>Papel Couche</i>
	<i>BN- Color</i>	<i>Color</i>
	<i>Otras características</i>	<i>Fotografía enmarcada por un espacio en blanco</i>
ANVERSO		<i>Plano general del Río Toabunchi. Posición horizontal</i>
REVERSO		<i>Está dividida en dos partes, en el lado izquierdo deja un espacio en blanco, en la parte inferior del mismo lado se visualiza la marca que identifica las postales, en el lado derecho una breve descripción de la imagen o el lugar, y datos de contacto. Teléfonos, correo electrónico y un código QR.</i>
CÀMARA NIKON D7100		<i>Iso: 220</i>
		<i>Distancia focal: 17mm</i>
		<i>Diafragma: f/10</i>
		<i>Velocidad: 1/60</i>



Gráfico: 32

BOSQUE NUBLADO DE INTAG

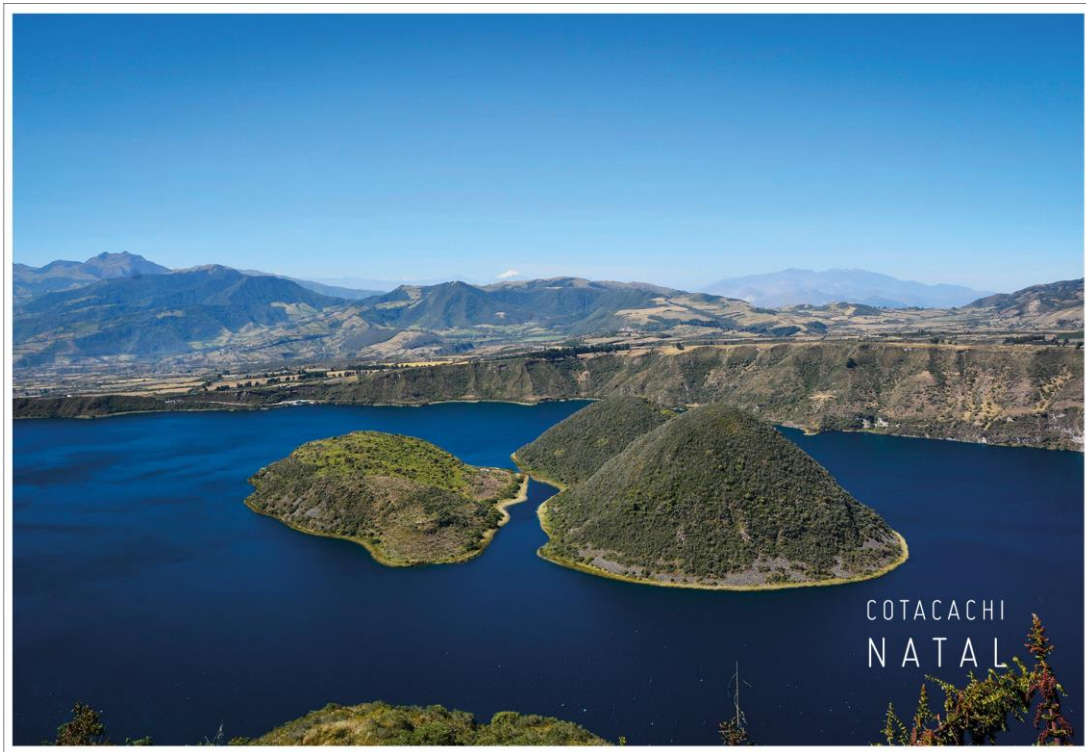
El asombroso bosque nublado se origina por el choque en la Cordillera Occidental de las nubes provenientes de la costa.



Copyright © 2015 Ivón Calderón
 T. +593 2 958462 / 09 69654260
 postalesnatal@gmail.com
 Ibarra - Ecuador

Tabla: 18

TÍTULO		<i>Atardecer en el bosque nublado Cloud forest</i>
EDICIÓN	<i>Lugar</i>	<i>Intag</i>
	<i>Año</i>	<i>2014</i>
	<i>Fotografía y Diseño</i>	<i>Ivón Calderón</i>
DESCRIPCIÓN FÍSICA	<i>Formato</i>	<i>16 x11</i>
	<i>Papel</i>	<i>Papel Couche</i>
	<i>BN- Color</i>	<i>Color</i>
	<i>Otras características</i>	<i>Fotografía enmarcada por un espacio en blanco</i>
ANVERSO		<i>Plano general del bosque nublado. Posición horizontal</i>
REVERSO		<i>Está dividida en dos partes, en el lado izquierdo deja un espacio en blanco, en la parte inferior del mismo lado se visualiza la marca que identifica las postales, en el lado derecho una breve descripción de la imagen o el lugar, y datos de contacto. Teléfonos, correo electrónico y un código QR.</i>
CÀMARA NIKON D7100		<i>Iso: 360</i>
		<i>Distancia focal: 70mm</i>
		<i>Diafragma: f/5,6</i>
		<i>Velocidad: 1/125</i>



LAGUNA DE CUICOCHA

Llamada también "Laguna Dioses." en momentos con tonos azul marino y esmer. Es una grandiosa laguna qu permite acceder fácilment los senderos, en el recorri aprecian admirables paisaj



Copyright © 2015 Ivón Calde
T. +593 2 958462 / 09 69654
postalesnatal@gmail.com
Ibarra - Ecuador

Gráfico: 33

Tabla: 19

TÍTULO		<i>Laguna Cuicocha Cuicocha lake</i>
EDICIÓN	<i>Lugar</i>	<i>Cotacachi</i>
	<i>Año</i>	<i>2014</i>
	<i>Fotografía y Diseño</i>	<i>Ivón Calderón</i>
DESCRIPCIÓN FÍSICA	<i>Formato</i>	<i>16 x11</i>
	<i>Papel</i>	<i>Papel Couche</i>
	<i>BN- Color</i>	<i>Color</i>
	<i>Otras características</i>	<i>Fotografía enmarcada por un espacio en blanco</i>
ANVERSO		<i>Plano general de la laguna Cuicocha. Posición horizontal</i>
REVERSO		<i>Está dividida en dos partes, en el lado izquierdo deja un espacio en blanco, en la parte inferior del mismo lado se visualiza la marca que identifica las postales, en el lado derecho una breve descripción de la imagen o el lugar, y datos de contacto. Teléfonos, correo electrónico y un código QR</i>
CÀMARA NIKON D7100		<i>Iso: 200</i>
		<i>Distancia focal: 14mm</i>
		<i>Diafragma: f/10</i>
		<i>Velocidad: 1/250</i>



VOLCÁN COTACACHI

Está ubicado en la Sierra Norte, en la cadena Occidental de la cordillera de los Andes. Tiene una altura de 4.939 m. Desde esta montaña se visualiza la laguna Cuicocha.

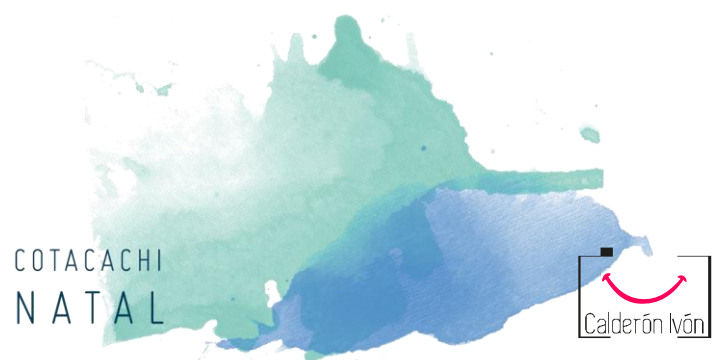
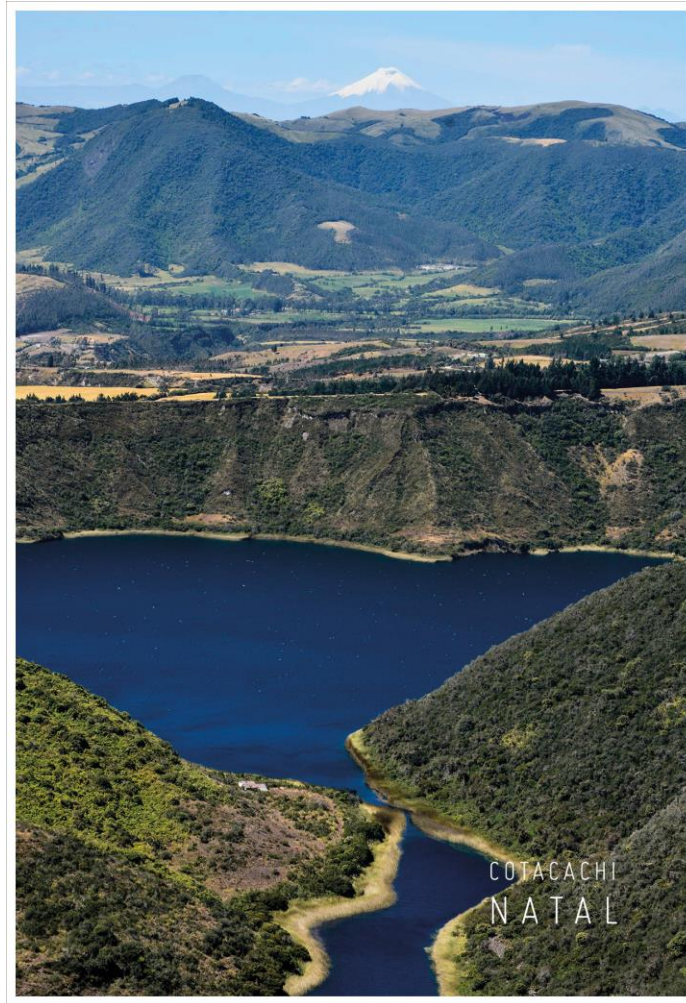


Copyright © 2015 Ivón Calderón
T. +593 2 958462 / 09 69654260
postalesnatal@gmail.com
Ibarra - Ecuador

Gráfico: 34

Tabla: 20

TÍTULO		<i>Cumbre del Cotacachi Cotacachi summit</i>
EDICIÓN	<i>Lugar</i>	<i>Cotacachi</i>
	<i>Año</i>	<i>2014</i>
	<i>Fotografía y Diseño</i>	<i>Ivón Calderón</i>
DESCRIPCIÓN FÍSICA	<i>Formato</i>	<i>16 x11</i>
	<i>Papel</i>	<i>Papel Couche</i>
	<i>BN- Color</i>	<i>Color</i>
	<i>Otras características</i>	<i>Fotografía enmarcada por un espacio en blanco</i>
ANVERSO		<i>Primer plano del volcán Cotacachi. Posición horizontal</i>
REVERSO		<i>Está dividida en dos partes, en el lado izquierdo deja un espacio en blanco, en la parte inferior del mismo lado se visualiza la marca que identifica las postales, en el lado derecho una breve descripción de la imagen o el lugar, y datos de contacto. Teléfonos, correo electrónico y un código QR</i>
CÀMARA NIKON D7100		<i>Iso: 100</i>
		<i>Distancia focal: 102mm</i>
		<i>Diafragma: f/11</i>
		<i>Velocidad: 1/160</i>



CANAL ENTRE LOS ISLOTES LAGO CUICOCHA

Llamado "el canal de los ensueños" se encuentra en medio de dos islotes cubiertos de vegetación, el islote más pequeño recibe el nombre de José María Yerobi, y el más grande Teodoro Wolf.



Copyright © 2015 Ivón Calderón
 T. +593 2 958462 / 09 69654260
 postalesnatal@gmail.com
 Ibarra - Ecuador

Tabla: 21

TÍTULO		<i>Canal de los ensueños Dreams channel</i>
EDICIÓN	<i>Lugar</i>	<i>Cotacachi</i>
	<i>Año</i>	<i>2014</i>
	<i>Fotografía y Diseño</i>	<i>Ivón Calderón</i>
DESCRIPCIÓN FÍSICA	<i>Formato</i>	<i>16 x11</i>
	<i>Papel</i>	<i>Papel Couche</i>
	<i>BN- Color</i>	<i>Color</i>
	<i>Otras características</i>	<i>Fotografía enmarcada por un espacio en blanco</i>
ANVERSO		<i>Plano general del canal entre los Islotes de la laguna Cuicocha. Posición vertical</i>
REVERSO		<i>Está dividida en dos partes, en la parte superior deja un espacio en blanco y se visualiza la marca en la parte inferior una breve descripción de la imagen o el lugar y datos de contacto. Teléfonos, correo electrónico y un código QR</i>
CÀMARA NIKON D7100		<i>Iso: 125</i>
		<i>Distancia focal: 70mm</i>
		<i>Diafragma: f/11</i>
		<i>Velocidad: 1/125</i>



FLORES SILVESTRES

Una variedad de fascinantes flores silvestres se pueden observar fácilmente a lo largo del pintoresco sendero construido alrededor de la laguna.



Copyright © 2015 Ivón Calderón
 T. +593 2 958462 / 09 69654260
 postalesnatal@gmail.com
 Ibarra - Ecuador



Gáfico: 36

Tabla: 22

TÍTULO		<i>Flores silvestres de Cuicocha Cuicocha wildflowers</i>
EDICIÓN	<i>Lugar</i>	<i>Cotacachi</i>
	<i>Año</i>	<i>2014</i>
	<i>Fotografía y Diseño</i>	<i>Ivón Calderón</i>
DESCRIPCIÓN FÍSICA	<i>Formato</i>	<i>16 x11</i>
	<i>Papel</i>	<i>Papel Couche</i>
	<i>BN- Color</i>	<i>Color</i>
	<i>Otras características</i>	<i>Fotografía enmarcada por un espacio en blanco</i>
ANVERSO		<i>Primeros planos de flores silvestres. Posición horizontal</i>
REVERSO		<i>Está dividida en dos partes, en el lado izquierdo deja un espacio en blanco, en la parte inferior del mismo lado se visualiza la marca que identifica las postales, en el lado derecho una breve descripción de la imagen o el lugar, y datos de contacto. Teléfonos, correo electrónico y un código QR</i>
CÀMARA NIKON D7100		<i>Iso: 100</i>
		<i>Distancia focal: 102mm</i>
		<i>Diafragma: f/11</i>
		<i>Velocidad: 1/160</i>



FLORES SILVESTRES

Una variedad de fascinantes flores silvestres se pueden observar fácilmente a lo largo del pintoresco sendero construido alrededor de la laguna.



Copyright © 2015 Ivón Calderón
T. +593 2 958462 / 09 69654260
postalesnatal@gmail.com
Ibarra - Ecuador



Gráfico: 37

Tabla: 23

TÍTULO		<i>Achupalla de Cuicocha Cuicocha achupalla</i>
EDICIÓN	<i>Lugar</i>	<i>Cotacachi</i>
	<i>Año</i>	<i>2014</i>
	<i>Fotografía y Diseño</i>	<i>Ivón Calderón</i>
DESCRIPCIÓN FÍSICA	<i>Formato</i>	<i>16 x11</i>
	<i>Papel</i>	<i>Papel Couche</i>
	<i>BN- Color</i>	<i>Color</i>
	<i>Otras características</i>	<i>Fotografía enmarcada por un espacio en blanco</i>
ANVERSO		<i>Plano detalle. Achupalla de Cuicocha. Posición horizontal</i>
REVERSO		<i>Está dividida en dos partes, en el lado izquierdo deja un espacio en blanco, en la parte inferior del mismo lado se visualiza la marca que identifica las postales, en el lado derecho una breve descripción de la imagen o el lugar, y datos de contacto. Teléfonos, correo electrónico y un código QR</i>
CÀMARA NIKON D7100		<i>Iso: 100</i>
		<i>Distancia focal: 55mm</i>
		<i>Diafragma: f/4</i>
		<i>Velocidad: 1/500</i>



FLORES SILVESTRES

Una variedad de fascinantes flores silvestres se pueden observar fácilmente a lo largo del pintoresco sendero construido alrededor de la laguna.



Copyright © 2015 Ivón Calderón
T. +593 2 958462 / 09 69654260
postalesnatal@gmail.com
Ibarra - Ecuador

Gráfico: 38

Tabla: 24

TÍTULO		<i>Flor silvestre de la laguna Wildflower Cuicocha lake</i>
EDICIÓN	<i>Lugar</i>	<i>Cotacachi</i>
	<i>Año</i>	<i>2014</i>
	<i>Fotografía y Diseño</i>	<i>Ivón Calderón</i>
DESCRIPCIÓN FÍSICA	<i>Formato</i>	<i>16 x11</i>
	<i>Papel</i>	<i>Papel Couche</i>
	<i>BN- Color</i>	<i>Color</i>
	<i>Otras características</i>	<i>Fotografía enmarcada por un espacio en blanco</i>
ANVERSO		<i>Primer plano, flor silvestre de la laguna Cuicocha. Posición horizontal</i>
REVERSO		<i>Está dividida en dos partes, en el lado izquierdo deja un espacio en blanco, en la parte inferior del mismo lado se visualiza la marca que identifica las postales, en el lado derecho una breve descripción de la imagen o el lugar, y datos de contacto. Teléfonos, correo electrónico y un código QR</i>
CÀMARA NIKON D7100		<i>Iso: 100</i>
		<i>Distancia focal: 70mm</i>
		<i>Diafragma: f/11</i>
		<i>Velocidad: 1/125</i>



COTACACHI
NATAL



Gráfico: 39

FLORES SILVESTRES

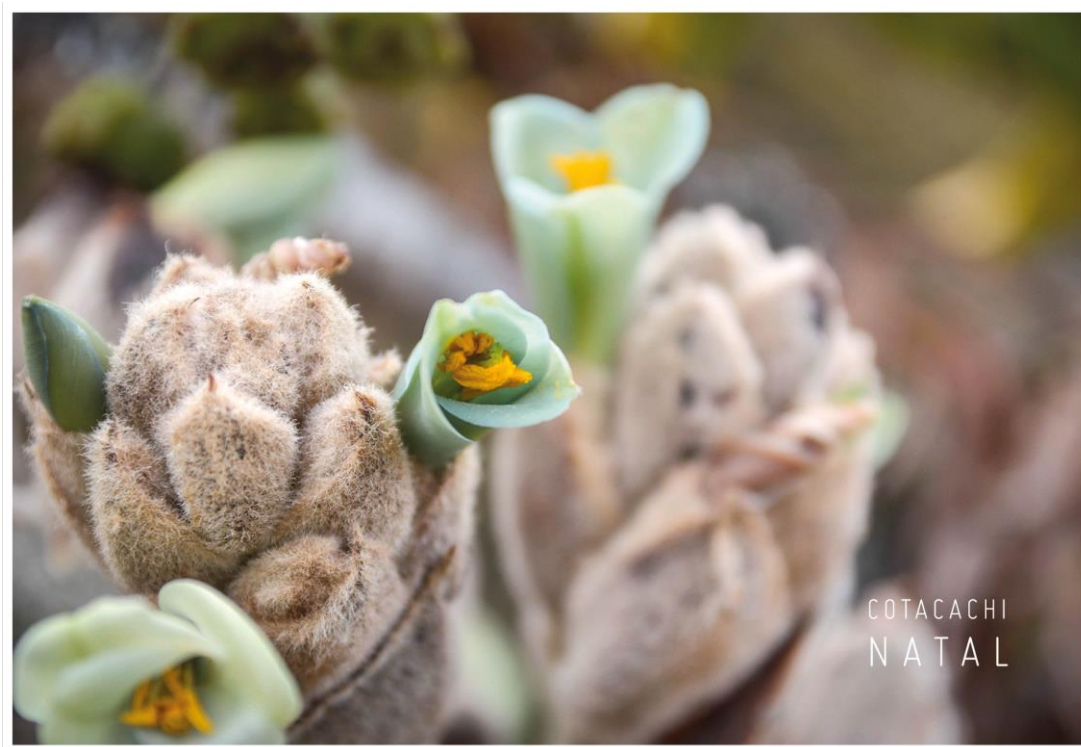
Una variedad de fascinantes flores silvestres se pueden observar fácilmente a lo largo del pintoresco sendero construido alrededor de la laguna.



Copyright © 2015 Ivón Calderón
T. +593 2 958462 / 09 69654260
postalesnatal@gmail.com
Ibarra - Ecuador

Tabla: 25

TÍTULO		<i>Mortiño de Cuicocha Cuicocha mortiño</i>
EDICIÓN	<i>Lugar</i>	<i>Cotacachi</i>
	<i>Año</i>	<i>2014</i>
	<i>Fotografía y Diseño</i>	<i>Ivón Calderón</i>
DESCRIPCIÓN FÍSICA	<i>Formato</i>	<i>16 x11</i>
	<i>Papel</i>	<i>Papel Couche</i>
	<i>BN- Color</i>	<i>Color</i>
	<i>Otras características</i>	<i>Fotografía enmarcada por un espacio en blanco</i>
ANVERSO		<i>Primer plano, Mortiño de Cuicocha. Posición horizontal</i>
REVERSO		<i>Está dividida en dos partes, en el lado izquierdo deja un espacio en blanco, en la parte inferior del mismo lado se visualiza la marca que identifica las postales, en el lado derecho una breve descripción de la imagen o el lugar, y datos de contacto. Teléfonos, correo electrónico y un código QR</i>
CÀMARA NIKON D7100		<i>Iso: 400</i>
		<i>Distancia focal: 70mm</i>
		<i>Diafragma: f/5,6</i>
		<i>Velocidad: 1/125</i>



FLORES SILVESTRES

Una variedad de fascinantes flores silvestres se pueden observar fácilmente a lo largo del pintoresco sendero construido alrededor de la laguna.



Copyright © 2015 Ivón Calderón
T. +593 2 958462 / 09 69654260
postalesnatal@gmail.com
Ibarra - Ecuador

Gráfico: 40

Tabla: 26

TÍTULO		<i>Flor silvestre Wildflower, Reserva Cotacachi Cayapas</i>
EDICIÓN	<i>Lugar</i>	<i>Cotacachi</i>
	<i>Año</i>	<i>2014</i>
	<i>Fotografía y Diseño</i>	<i>Ivón Calderón</i>
DESCRIPCIÓN FÍSICA	<i>Formato</i>	<i>16 x11</i>
	<i>Papel</i>	<i>Papel Couche</i>
	<i>BN- Color</i>	<i>Color</i>
	<i>Otras características</i>	<i>Fotografía enmarcada por un espacio en blanco</i>
ANVERSO		<i>Plano detalle, flor silvestre de la Reserva Cotacachi Cayapas. Posición horizontal</i>
REVERSO		<i>Está dividida en dos partes, en el lado izquierdo deja un espacio en blanco, en la parte inferior del mismo lado se visualiza la marca que identifica las postales, en el lado derecho una breve descripción de la imagen o el lugar, y datos de contacto. Teléfonos, correo electrónico y un código QR</i>
CÀMARA NIKON D7100		<i>Iso: 100</i>
		<i>Distancia focal: 70mm</i>
		<i>Diafragma: f/4</i>
		<i>Velocidad: 1/320</i>

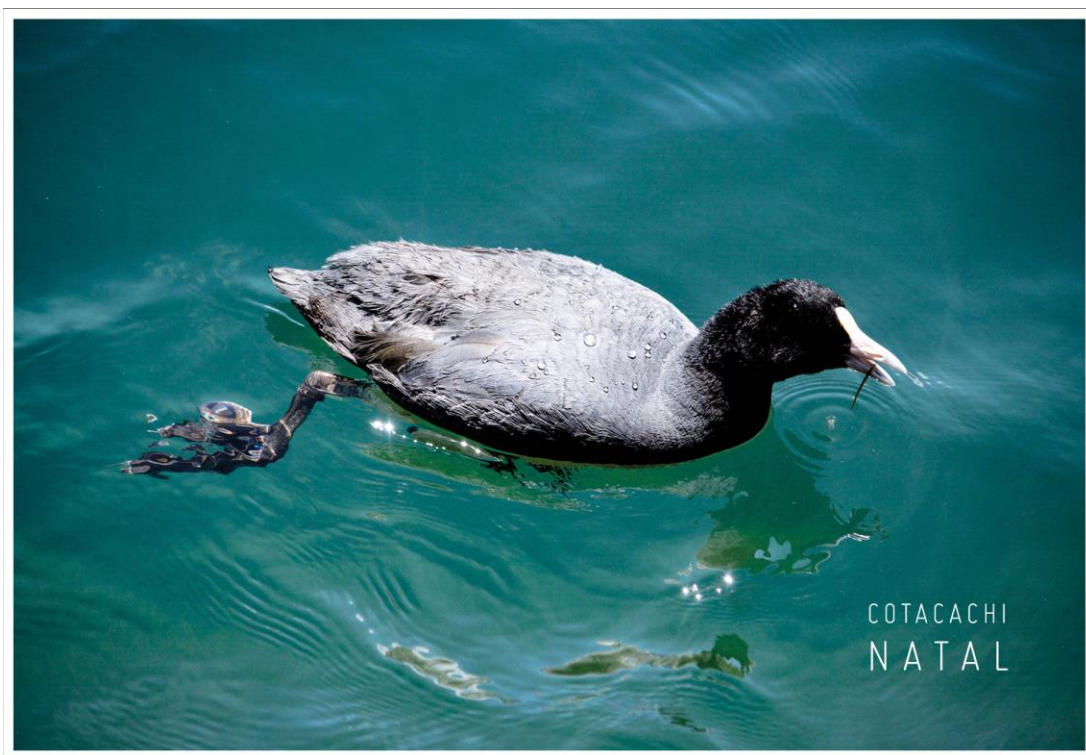


Gráfico: 41

GALLARETA PICO BLANCO

Este pato de agua dulce cuyo nombre común es Gallareta, se puede observar en la laguna de Cuicocha.



Copyright © 2015 Ivón Calderón
 T. +593 2 958462 / 09 69654260
 postalesnatal@gmail.com
 Ibarra - Ecuador

Tabla: 27

TÍTULO		<i>Gallareta pico blanco Cuicocha duck</i>
EDICIÓN	<i>Lugar</i>	<i>Cotacachi</i>
	<i>Año</i>	<i>2014</i>
	<i>Fotografía y Diseño</i>	<i>Ivón Calderón</i>
DESCRIPCIÓN FÍSICA	<i>Formato</i>	<i>16 x11</i>
	<i>Papel</i>	<i>Papel Couche</i>
	<i>BN- Color</i>	<i>Color</i>
	<i>Otras características</i>	<i>Fotografía enmarcada por un espacio en blanco</i>
ANVERSO		<i>Primer plano, Gallareta de pico blanco. Posición horizontal</i>
REVERSO		<i>Está dividida en dos partes, en el lado izquierdo deja un espacio en blanco, en la parte inferior del mismo lado se visualiza la marca que identifica las postales, en el lado derecho una breve descripción de la imagen o el lugar, y datos de contacto. Teléfonos, correo electrónico y un código QR</i>
CÂMARA NIKON D7100		<i>Iso: 400</i>
		<i>Distancia focal: 170mm</i>
		<i>Diafragma: f/5</i>
		<i>Velocidad: 1/1.250</i>



ALGAS DE LA LAGUNA CUICOCHA

En la laguna Cuicocha, son muy vistosas algunas algas de las cuales se alimentan las gallaretas.



Copyright © 2015 Ivón Calderón
 T. +593 2 958462 / 09 69654260
 postalesnatal@gmail.com
 Ibarra - Ecuador

Gráfico: 42

Tabla: 28

TÍTULO		<i>Algas de la laguna de Cuicocha Cuicocha lake algae</i>
EDICIÓN	<i>Lugar</i>	<i>Cotacachi</i>
	<i>Año</i>	<i>2014</i>
	<i>Fotografía y Diseño</i>	<i>Ivón Calderón</i>
DESCRIPCIÓN FÍSICA	<i>Formato</i>	<i>16 x11</i>
	<i>Papel</i>	<i>Papel Couche</i>
	<i>BN- Color</i>	<i>Color</i>
	<i>Otras características</i>	<i>Fotografía enmarcada por un espacio en blanco</i>
ANVERSO		<i>Primer plano de la Gallareta de pico blanco. Posición horizontal</i>
REVERSO		<i>Está dividida en dos partes, en el lado izquierdo deja un espacio en blanco, en la parte inferior del mismo lado se visualiza la marca que identifica las postales, en el lado derecho una breve descripción de la imagen o el lugar, y datos de contacto. Teléfonos, correo electrónico y un código QR</i>
CÂMARA NIKON D7100		<i>Iso: 125</i>
		<i>Distancia focal: 120mm</i>
		<i>Diafragma: f/4,8</i>
		<i>Velocidad: 1/200</i>



IGLESIA CENTRAL

Se encuentra en el centro poblado de Cotacachi, la adornan columnas de piedra, cornisas, barandillas, balcones y techo en teja.



Copyright © 2015 Ivón Calderón
T. +593 2 958462 / 09 69654260
postalesnatal@gmail.com
Ibarra - Ecuador

Gráfico: 43

Tabla: 29

TÍTULO		<i>Iglesia Central Central church</i>
EDICIÓN	<i>Lugar</i>	<i>Cotacachi</i>
	<i>Año</i>	<i>2014</i>
	<i>Fotografía y Diseño</i>	<i>Ivón Calderón</i>
DESCRIPCIÓN FÍSICA	<i>Formato</i>	<i>16 x11</i>
	<i>Papel</i>	<i>Papel Couche</i>
	<i>BN- Color</i>	<i>Color</i>
	<i>Otras características</i>	<i>Fotografía enmarcada por un espacio en blanco</i>
ANVERSO		<i>Plano general, iglesia la Matriz. Posición horizontal</i>
REVERSO		<i>Está dividida en dos partes, en el lado izquierdo deja un espacio en blanco, en la parte inferior del mismo lado se visualiza la marca que identifica las postales, en el lado derecho una breve descripción de la imagen o el lugar, y datos de contacto. Teléfonos, correo electrónico y un código QR</i>
CÀMARA NIKON D7100		<i>Iso: 125</i>
		<i>Distancia focal: 120mm</i>
		<i>Diafragma: f/4,8</i>
		<i>Velocidad: 1/200</i>



VISTA PANORÁMICA DESDE
CUICOCHA

El estado natural en las áreas
de esta zona se combina con la
belleza panorámica de variados
paisajes.



Copyright © 2015 Ivón Calderón
T. +593 2 958462 / 09 69654260
postalesnatal@gmail.com
Ibarra - Ecuador

Gráfico: 44

Tabla: 30

TÍTULO		<i>Vista Panorámica desde Cuicocha Panoramic view</i>
EDICIÓN	<i>Lugar</i>	<i>Cotacachi</i>
	<i>Año</i>	<i>2014</i>
	<i>Fotografía y Diseño</i>	<i>Ivón Calderón</i>
DESCRIPCIÓN FÍSICA	<i>Formato</i>	<i>16 x11</i>
	<i>Papel</i>	<i>Papel Couche</i>
	<i>BN- Color</i>	<i>Color</i>
	<i>Otras características</i>	<i>Fotografía enmarcada por un espacio en blanco</i>
ANVERSO		<i>Gran plano general. Posición horizontal</i>
REVERSO		<i>Está dividida en dos partes, en el lado izquierdo deja un espacio en blanco, en la parte inferior del mismo lado se visualiza la marca que identifica las postales, en el lado derecho una breve descripción de la imagen o el lugar, y datos de contacto. Teléfonos, correo electrónico y un código QR</i>
CÀMARA NIKON D7100		<i>Iso: 200</i>
		<i>Distancia focal: 17mm</i>
		<i>Diafragma: f/11</i>
		<i>Velocidad: 1/160</i>



VISTA PANORÁMICA DESDE
CUICOCHA

El estado natural en las áreas de esta zona se combina con la belleza panorámica de variados paisajes.



Copyright © 2015 Ivón Calderón
T. +593 2 958462 / 09 69654260
postalesnatal@gmail.com
Ibarra - Ecuador

Gráfico: 45

Tabla: 31

TÍTULO		<i>Vista del Imbabura y Cayambe desde Cuicocha</i>
EDICIÓN	<i>Lugar</i>	<i>Cotacachi</i>
	<i>Año</i>	<i>2014</i>
	<i>Fotografía y Diseño</i>	<i>Ivón Calderón</i>
DESCRIPCIÓN FÍSICA	<i>Formato</i>	<i>16 x11</i>
	<i>Papel</i>	<i>Papel Couche</i>
	<i>BN- Color</i>	<i>Color</i>
	<i>Otras características</i>	<i>Fotografía enmarcada por un espacio en blanco</i>
ANVERSO		<i>Gran plano general. Posición horizontal</i>
REVERSO		<i>Está dividida en dos partes, en el lado izquierdo deja un espacio en blanco, en la parte inferior del mismo lado se visualiza la marca que identifica las postales, en el lado derecho una breve descripción de la imagen o el lugar, y datos de contacto. Teléfonos, correo electrónico y un código QR</i>
CÀMARA NIKON D7100		<i>Iso: 125</i>
		<i>Distancia focal: 38mm</i>
		<i>Diafragma: f/8</i>
		<i>Velocidad: 1/500</i>

6.6.8. Navegación

El catálogo con tarjetas postales está diseñado para leer de adelante hacia atrás, comenzando por la portada, seguidamente introducción, contenidos y sucesivamente hasta llegar al final donde está la contraportada. Teniendo en cuenta que la encuadernación del catálogo se realizó en modo de espiral tiene la facilidad para abrir completamente y pasar las hojas de una en una e ir apreciando las diversas tarjetas postales contenidas en un catálogo postal.

6.6.9. Exposición del catálogo con tarjetas postales



Gráfico: 46



Gráfico: 47



Gráfico: 48

CONTENIDOS

Introducción

Postales

Mariposa de cristal

Mariposa 88

Cascada de santa Rosa

Bosque nublado

Río Toabunchi

Laguna de Cuicocha

Cerro del Volcán Cotacachi

Canal de ensueño

Flores Silvestres

Gallareta pico blanco

Algas de la laguna Cuicocha

Iglesia la Matriz

Vistas panorámicas desde Cuicocha

Glosario

Gráfico: 49

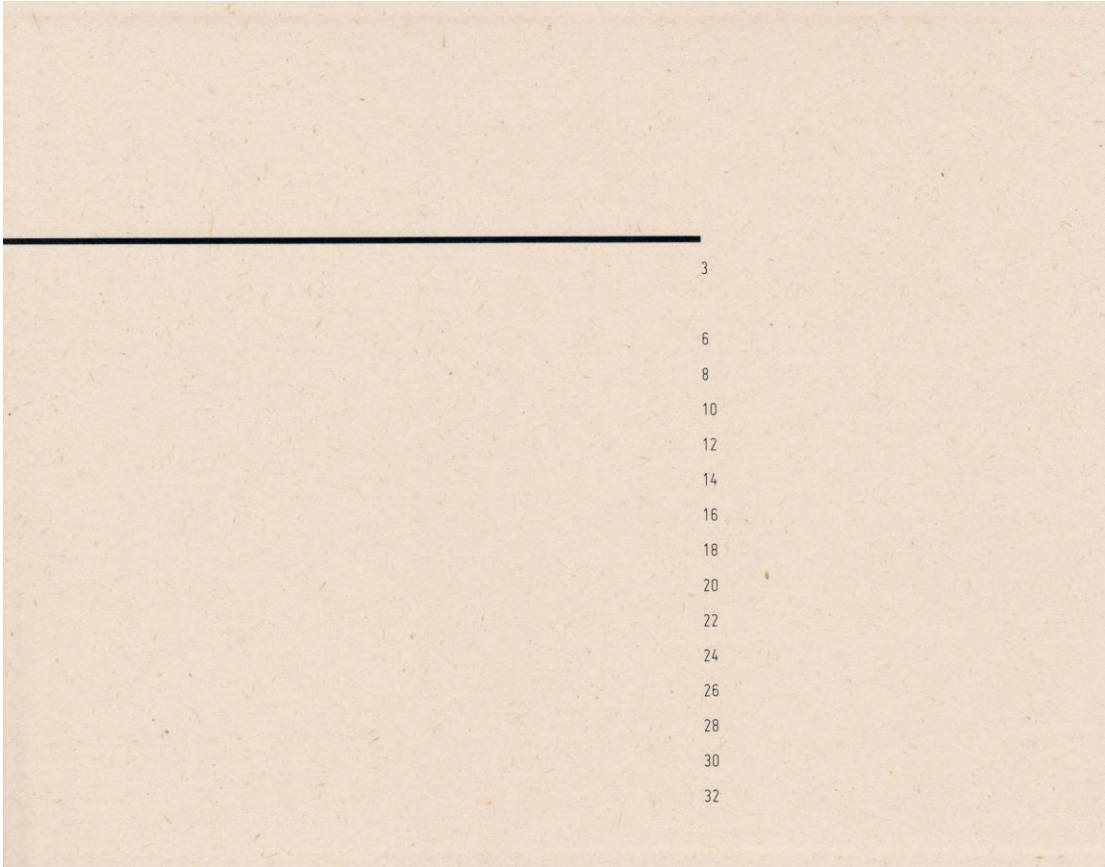


Gráfico: 50

MARIPOSA DE CRISTAL

Nombre científico: Greta oto.

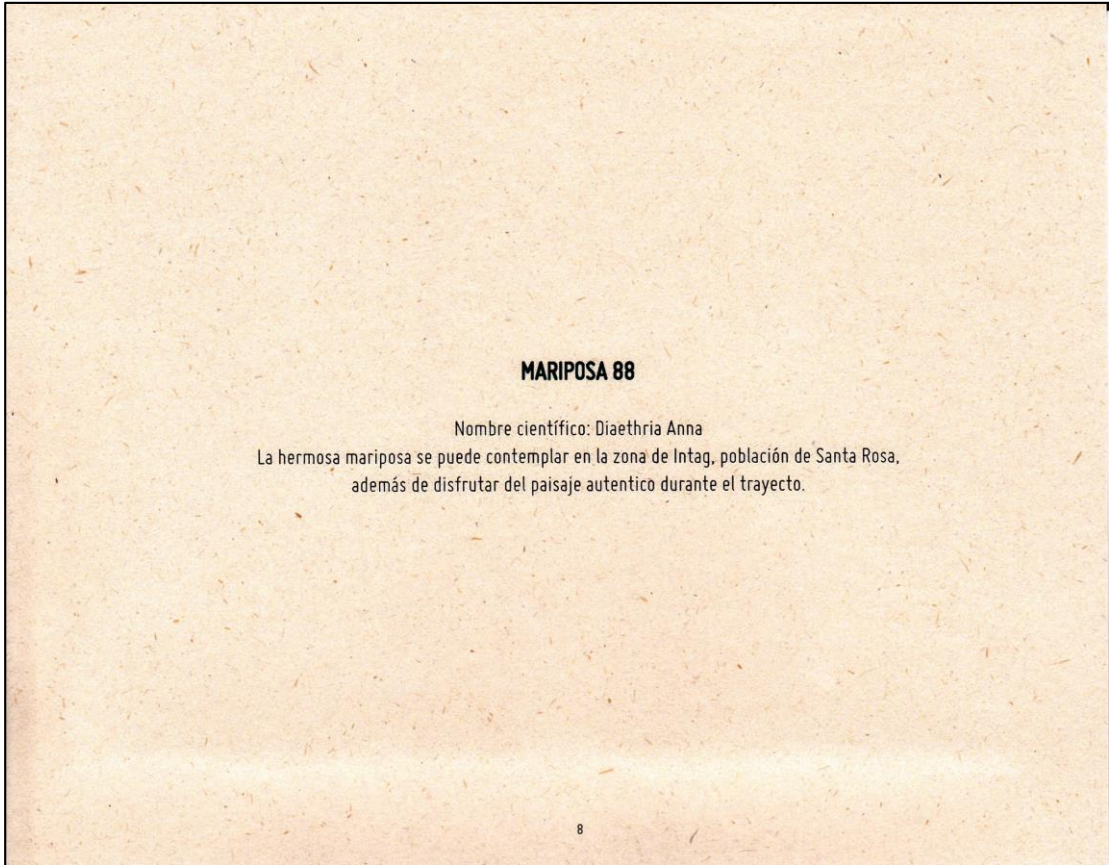
Se pueden observar durante el recorrido por el camino de la población Santa Rosa,
localizada en la zona de Intag.

6

Gráfico: 51



Gráfico: 52



MARIPOSA 88

Nombre científico: *Diaethria Anna*

La hermosa mariposa se puede contemplar en la zona de Intag, población de Santa Rosa, además de disfrutar del paisaje auténtico durante el trayecto.

8

Gráfico: 53



Gráfico: 54

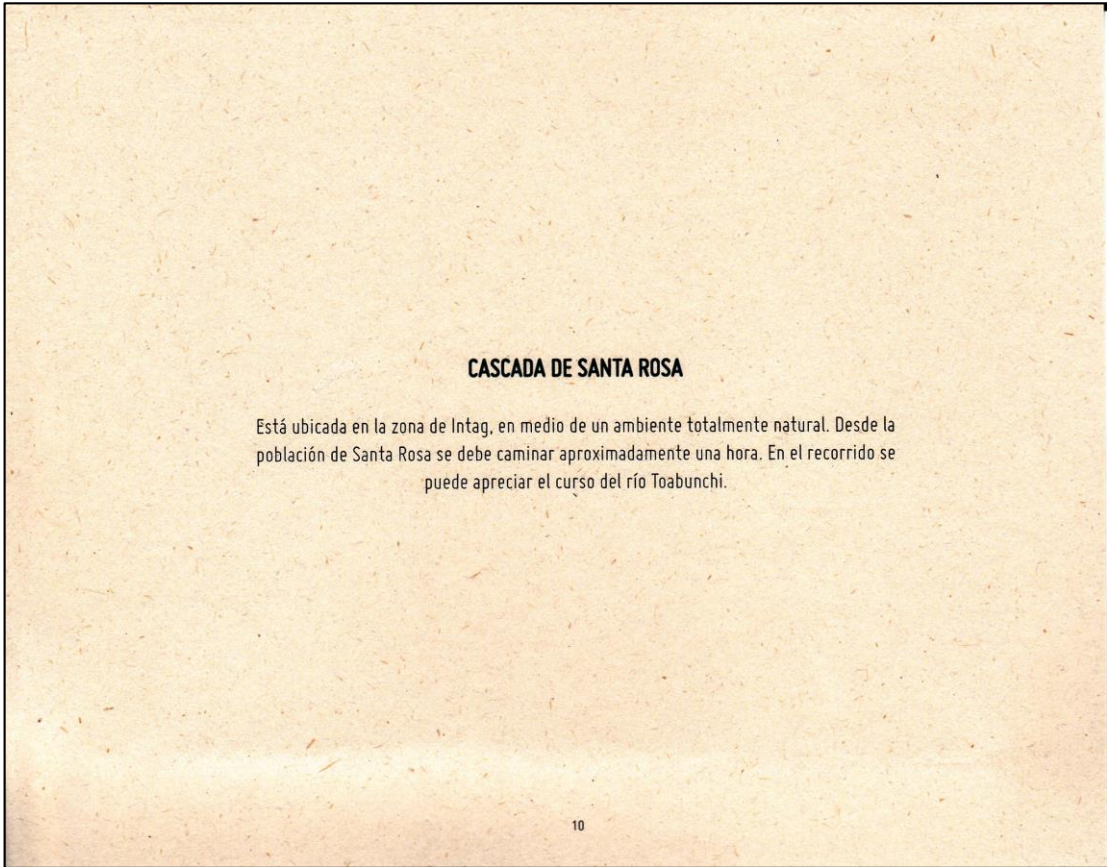


Gráfico: 55



Gráfico: 56

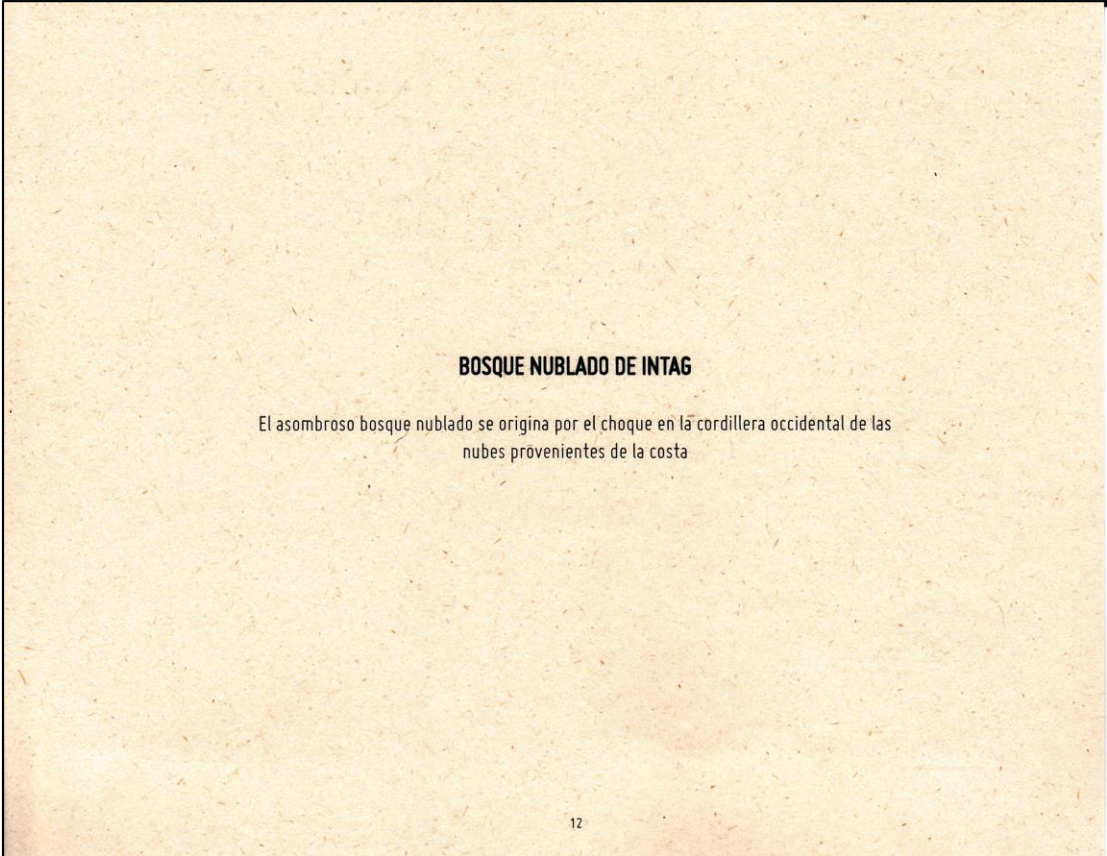
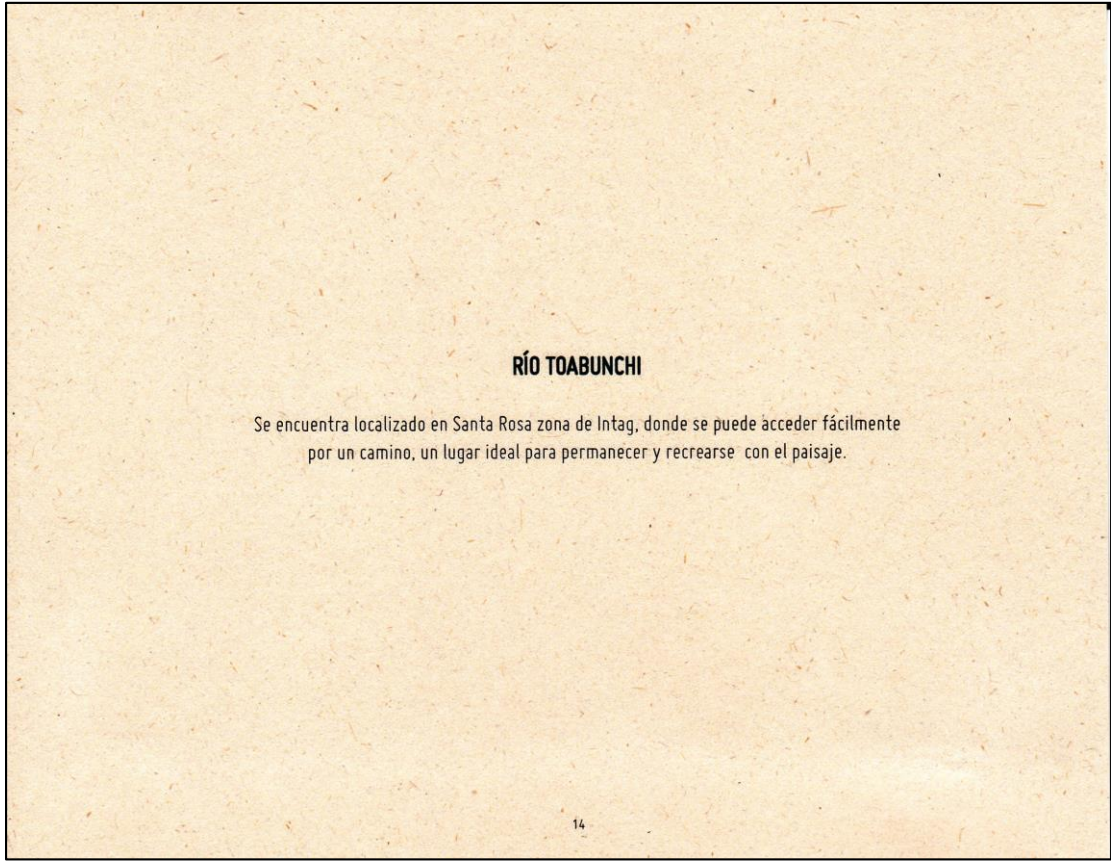


Gráfico: 57



Gráfico: 58



RÍO TOABUNCHI

Se encuentra localizado en Santa Rosa zona de Intag, donde se puede acceder fácilmente por un camino, un lugar ideal para permanecer y recrearse con el paisaje.

14

Gráfico: 59



Gráfico: 60

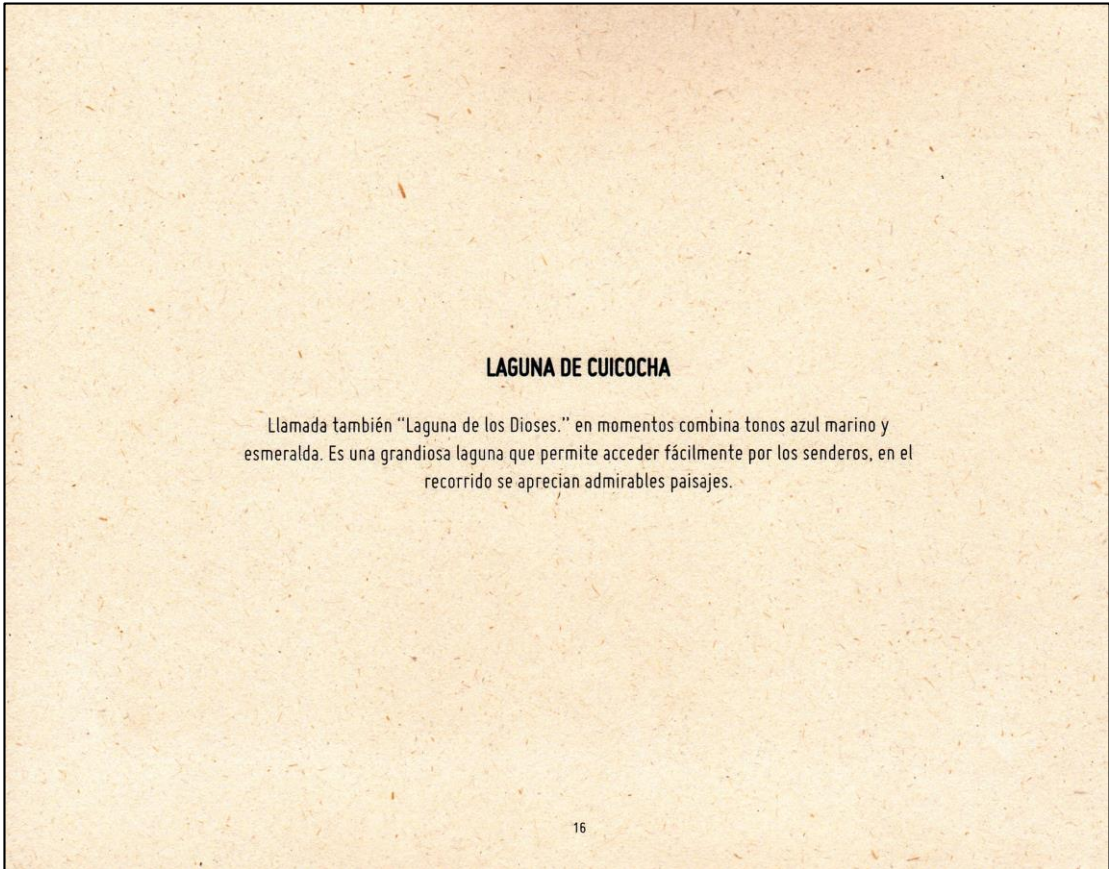


Gráfico: 61



Gráfico: 62

17

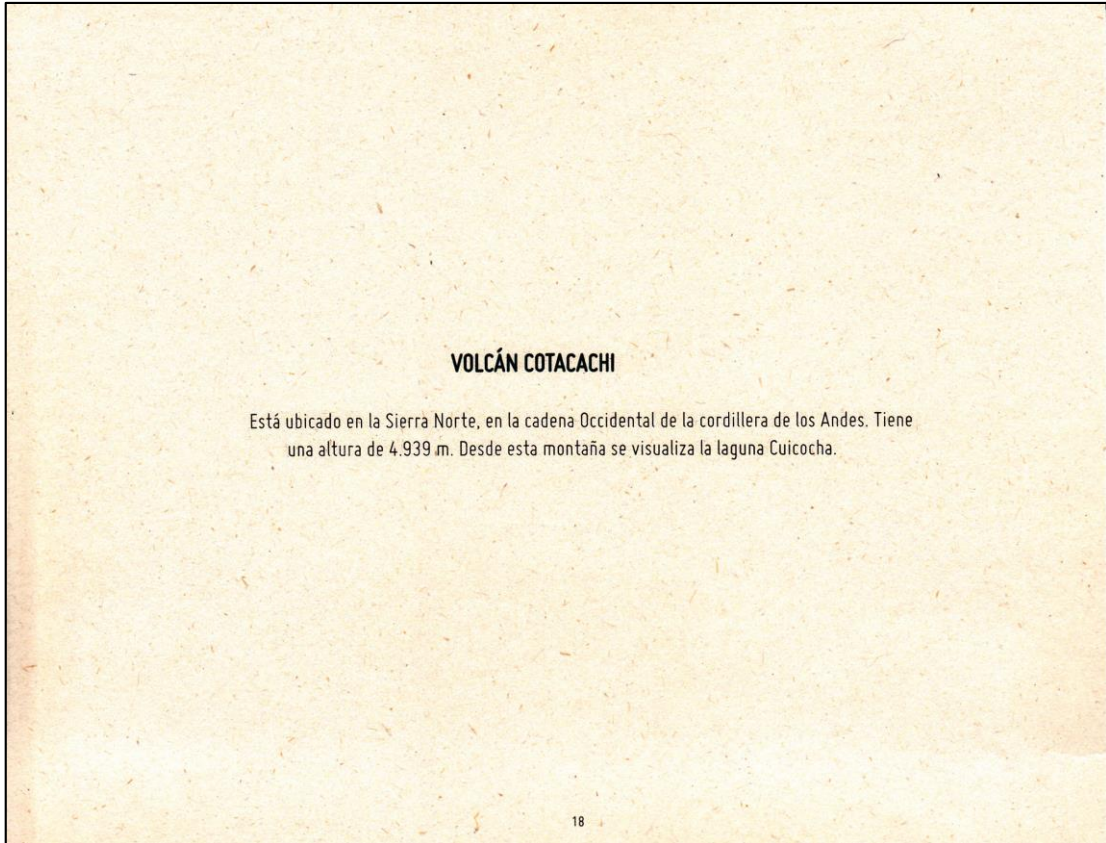


Gráfico: 63



Gráfico: 64

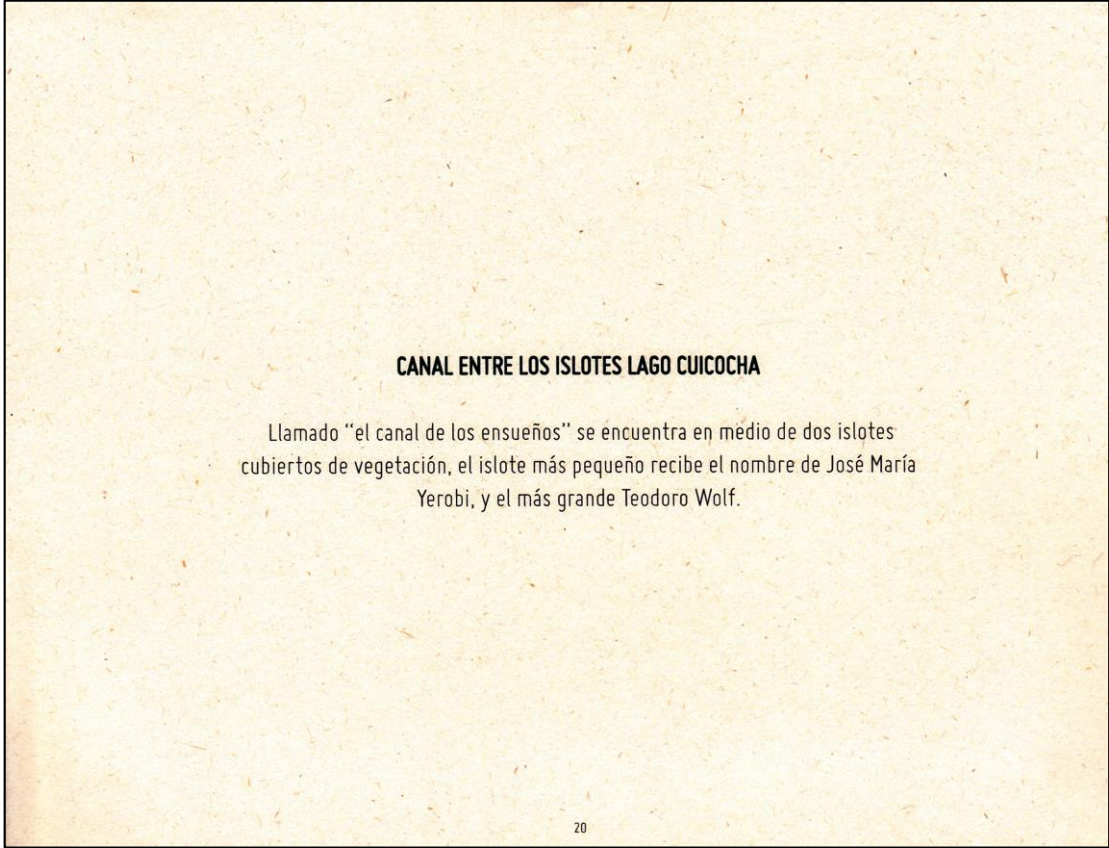


Gráfico: 65

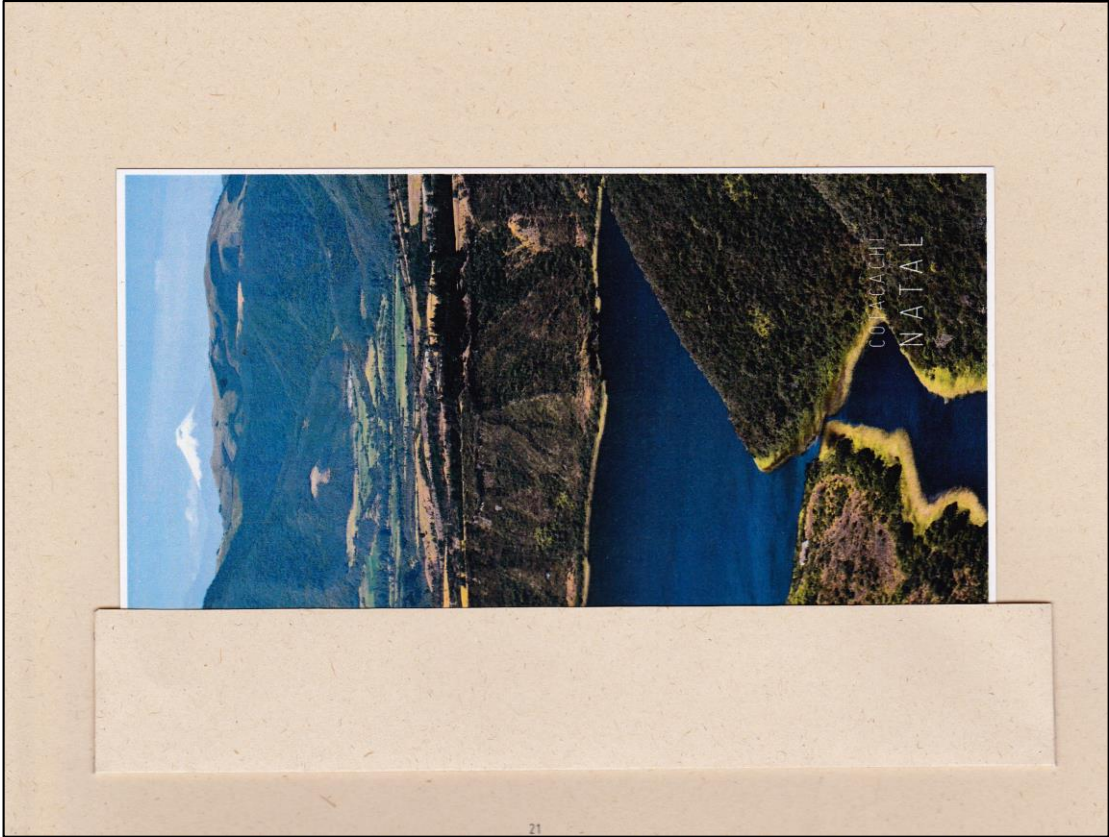


Gráfico: 66

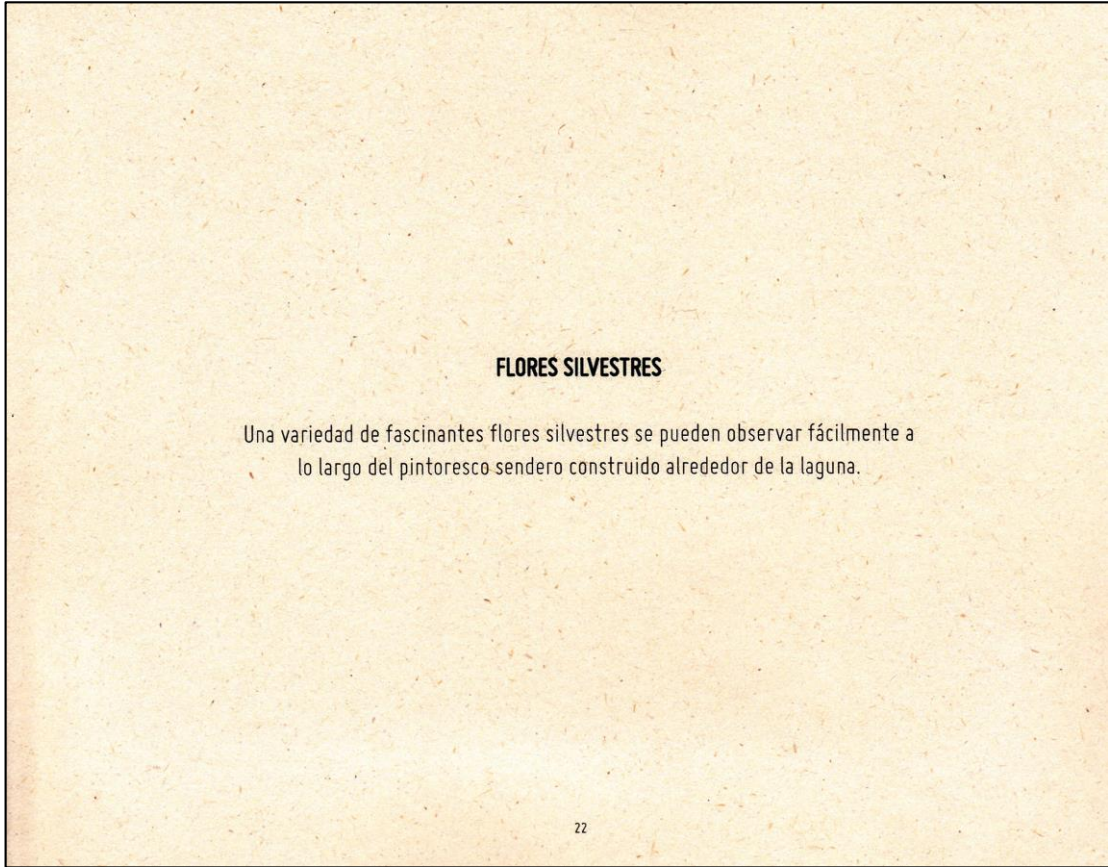


Gráfico: 67



23

Gráfico: 68

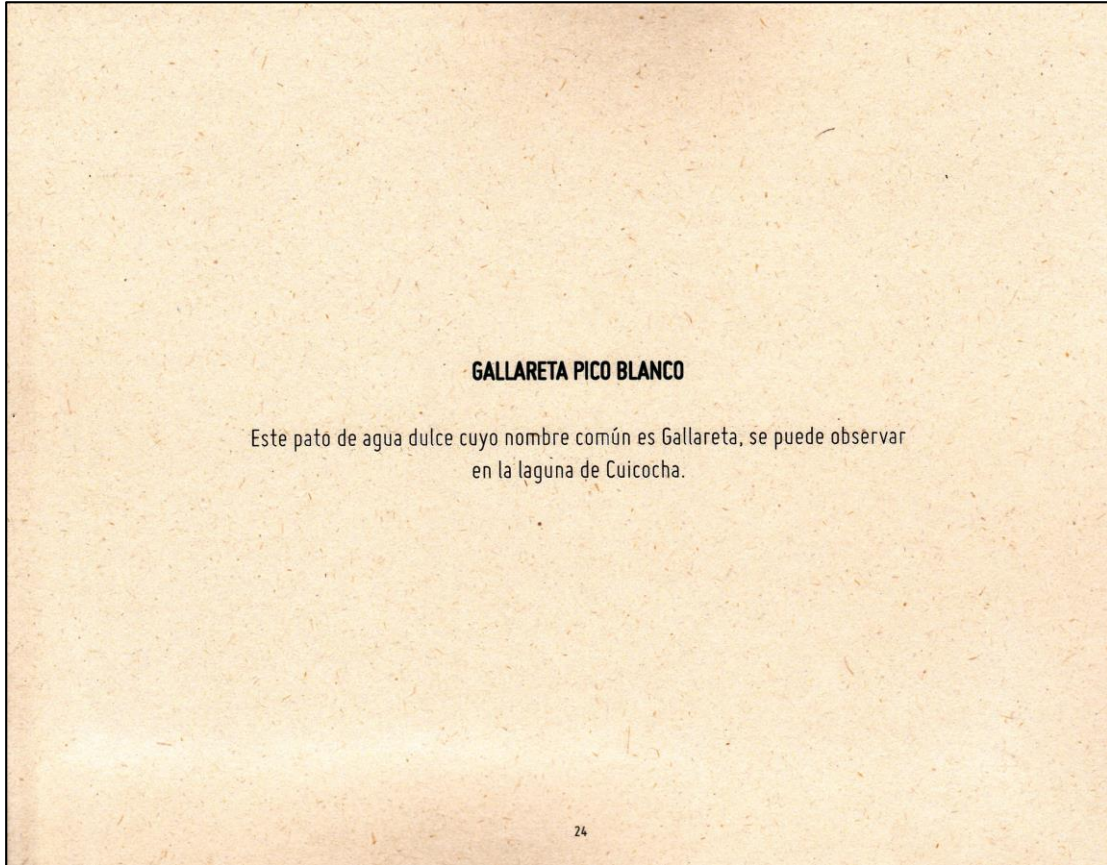


Gráfico: 69



Gráfico: 70

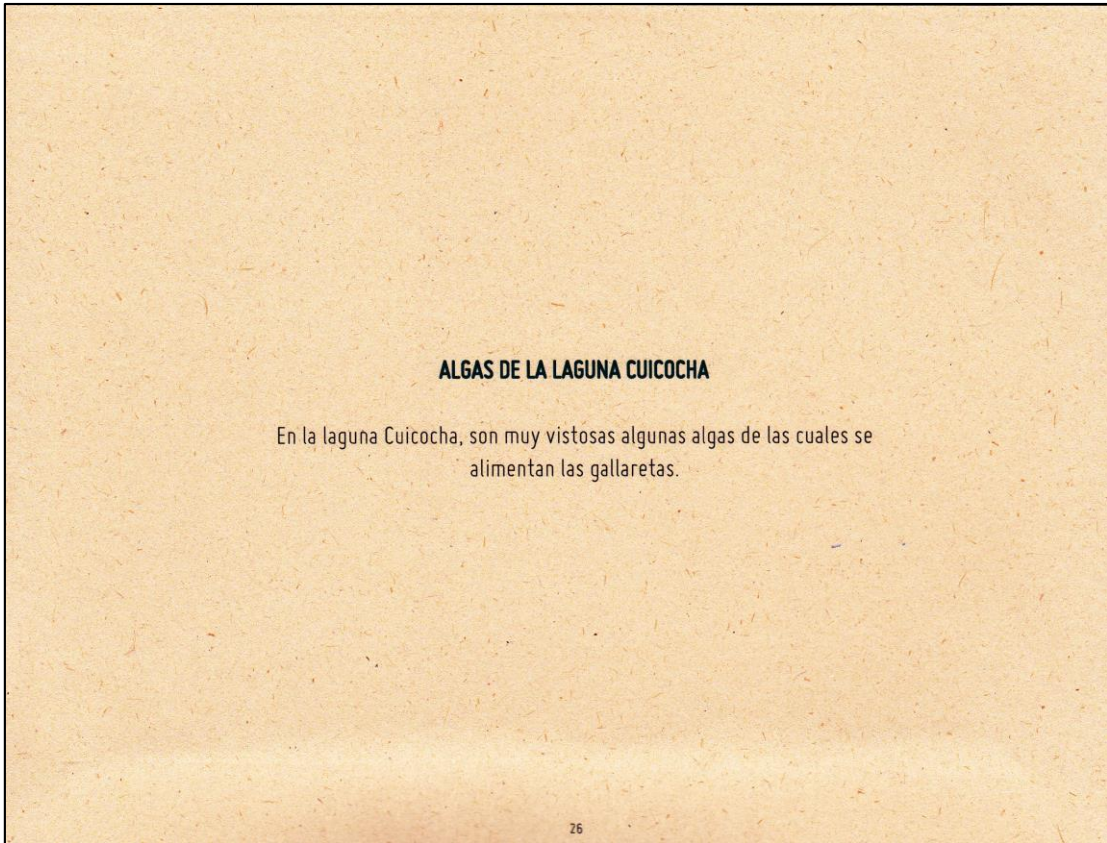


Gráfico: 71



Gráfico: 72

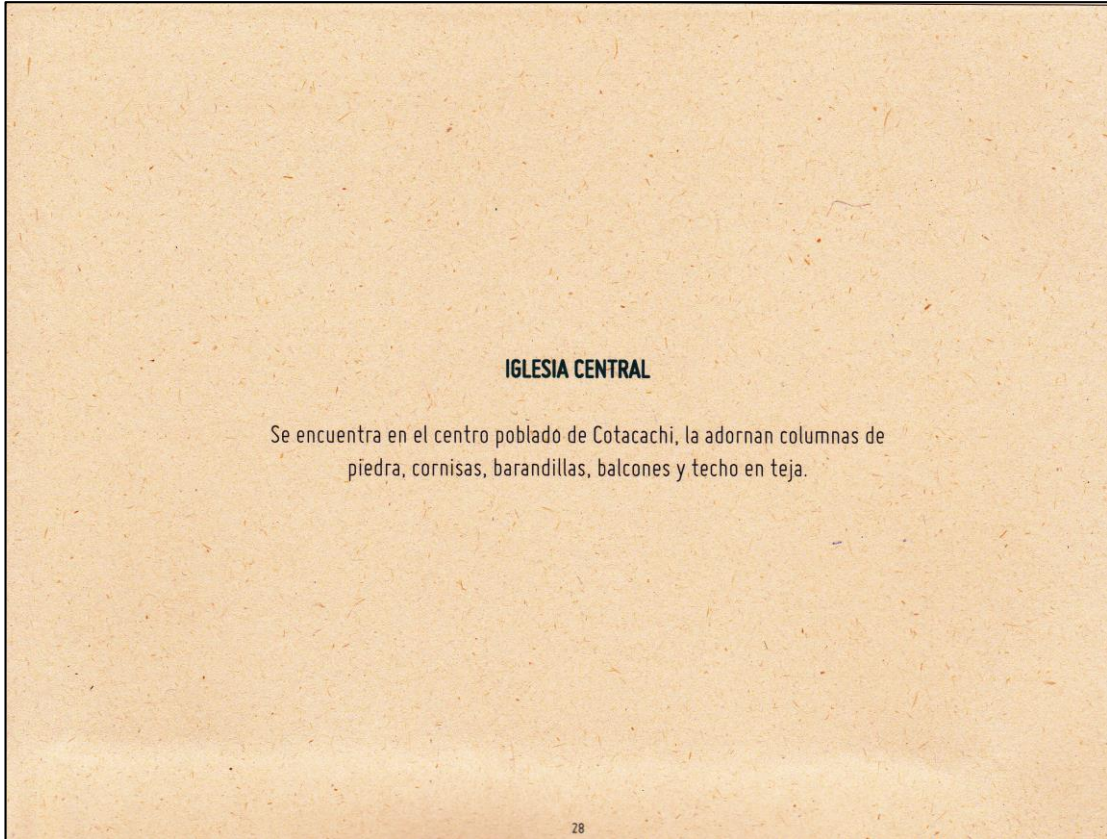


Gráfico: 73

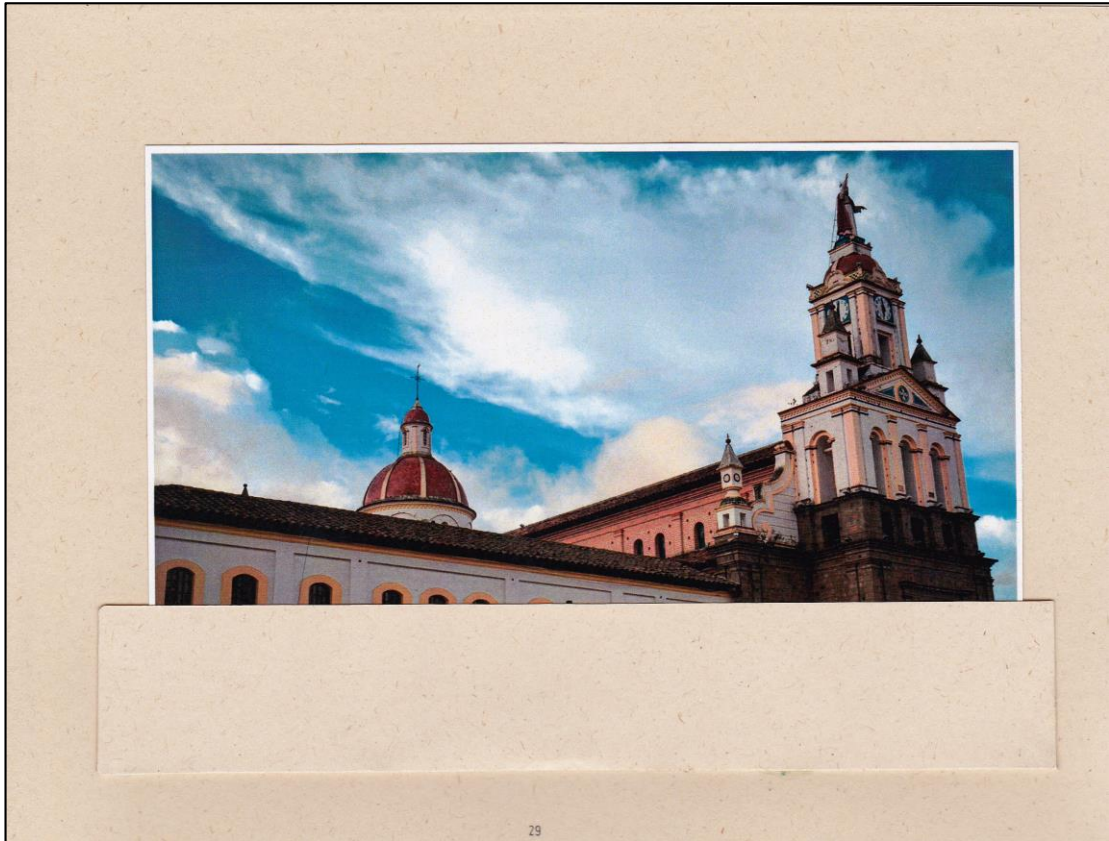


Gráfico: 74

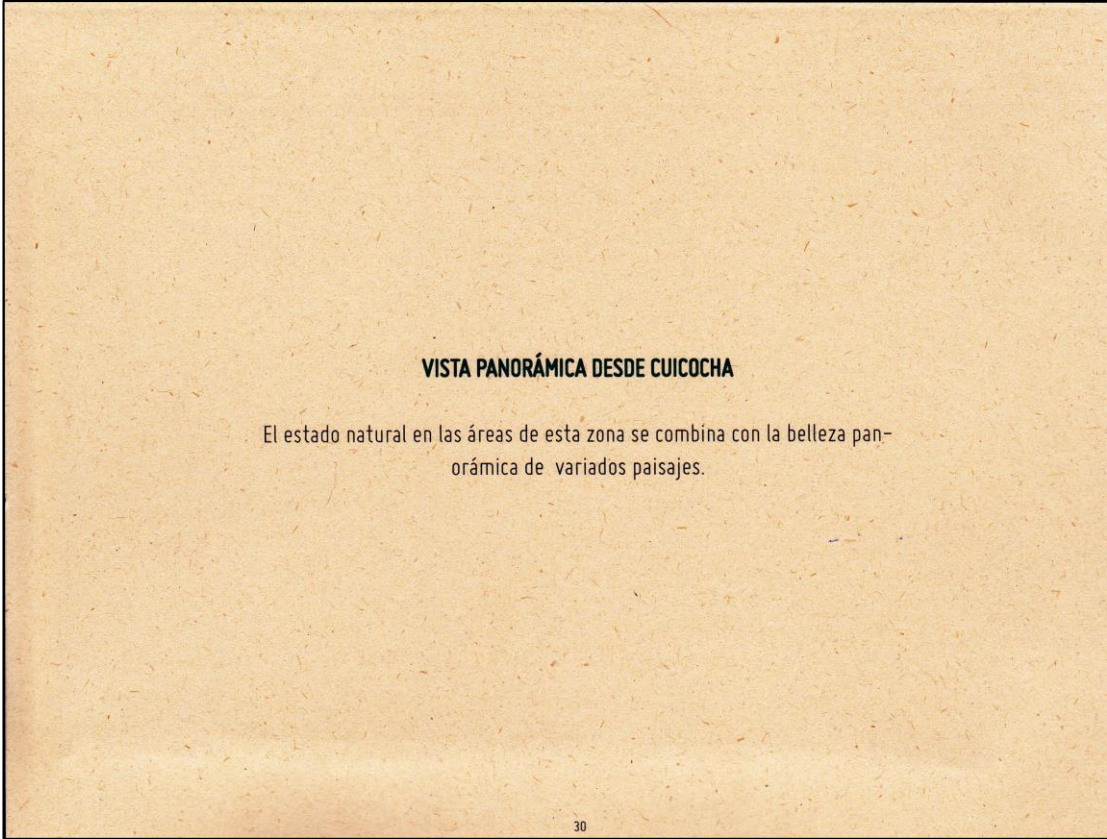


Gráfico: 75



Gráfico: 76

GLOSARIO

Algas:	Son un grupo muy diverso. Estos organismos acuáticos van desde seres microscópicos unicelulares hasta organismos multicelulares muy grandes y vistosos. Las algas realizan una de las mayores aportaciones de oxígeno al planeta.
Asombroso:	Que produce admiración y fascinación.
Canal de navegación:	Una vía natural que se forma por la distribución de las diferentes islas en los archipiélagos, u otras formaciones geográficas en el agua.
Cascada:	Tramo de un curso fluvial donde, por causa de un fuerte desnivel del lecho o cáuce, el agua cae verticalmente por efecto de la gravedad. Las caídas de agua se consideran uno de los fenómenos más bellos de la naturaleza.
Cerro:	Elevación natural del terreno donde generalmente abundan riscos, piedras o escarpas.
Contemplar:	Observar con atención, interés y detenimiento una realidad, especialmente cuando es tranquila y placentera o cuando se hace con pasividad.
Senderos:	Es una ruta, señalizada o no, que pasa generalmente por caminos rurales.
Panorámica:	Fotografía o toma filmográfica que muestra un amplio sector del campo visible desde un único punto.

Gráfico: 77

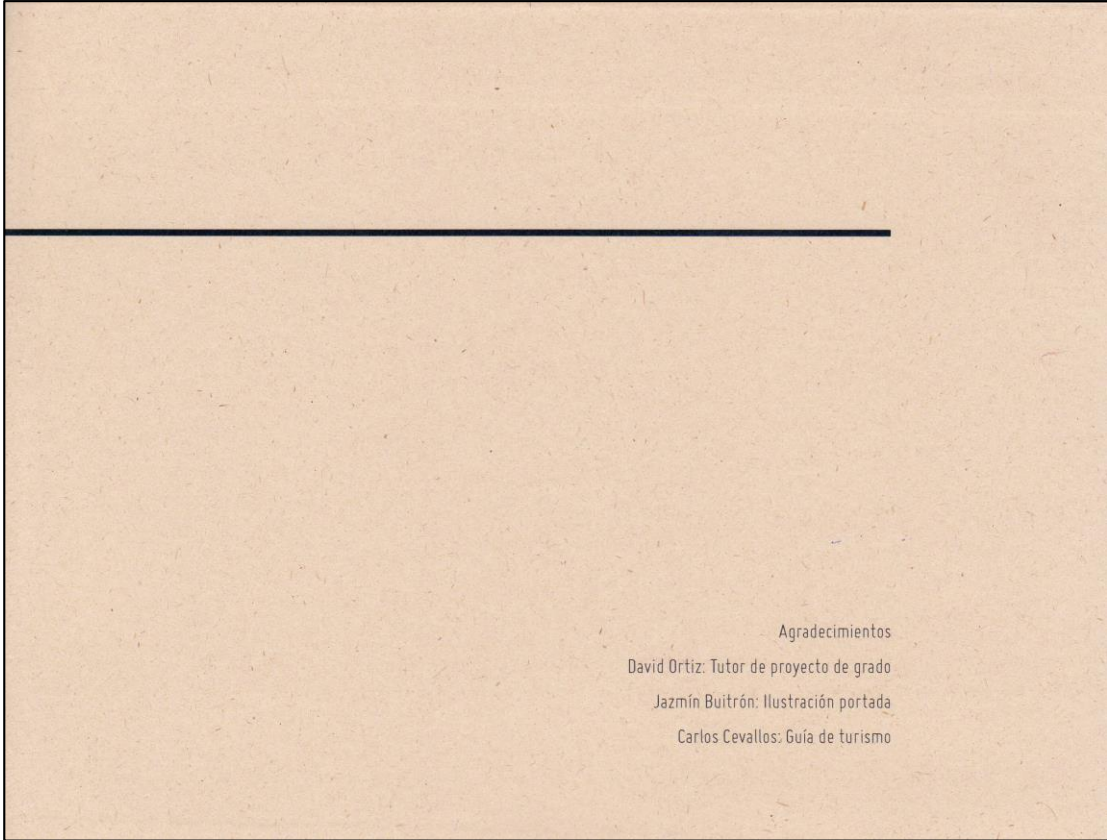


Gráfico: 78



Gráfico: 79



_DSC5194.JPG



_DSC5206.JPG



_DSC5211.JPG



_DSC5220.JPG



_DSC5294.JPG



_DSC5321.JPG



_DSC5340.JPG



_DSC5348.JPG



_DSC5358.JPG



_DSC5359.JPG



_DSC5362.JPG



_DSC5368.JPG



_DSC5392.JPG



_DSC5424.JPG



_DSC5443.JPG



_DSC5444.JPG

Gráfico:80

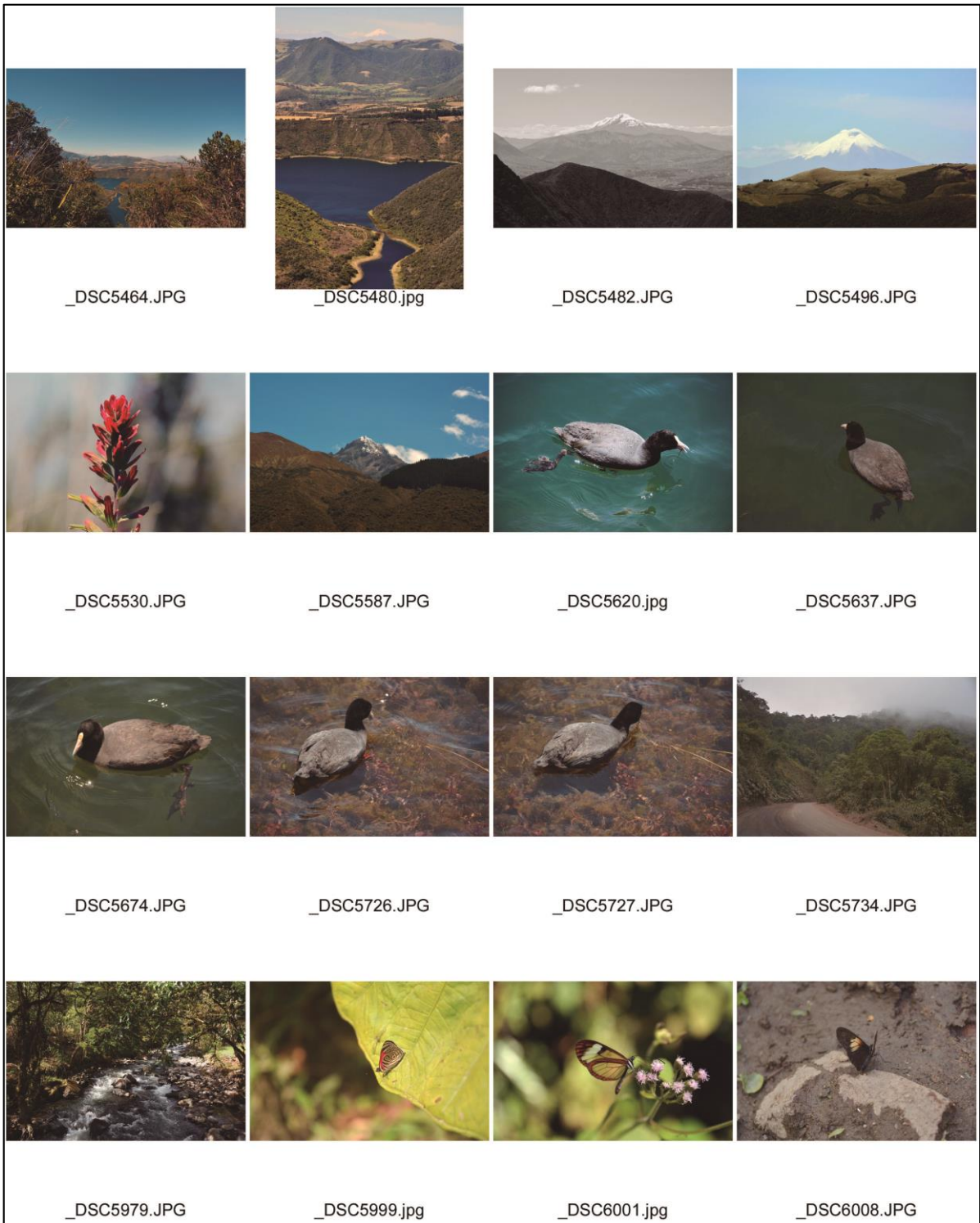


Gráfico: 81



_DSC5171.JPG



_DSC5178.JPG



_DSC5204 jpg.jpg



_DSC5329.jpg



_DSC5363.jpg



_DSC5372.JPG



_DSC5374.JPG



_DSC5402.jpg



_DSC5533.JPG



_DSC5678.JPG



_DSC5703.JPG



_DSC5822.JPG



_DSC6097.JPG



_DSC6116 jpg.jpg



Mortino.png



Panoramica .JPG

Gráfico:82

6.7. Impactos

6.7.1. Impacto Social

Es positivo en todo sentido por el hecho de dar a conocer los atractivos turísticos se amplía la demanda turística y por ende mejora la calidad de vida para las personas de la región dedicadas a la actividad turística, generando progreso e intercambio cultural.

6.7.2. Impacto turístico

Las postales con imágenes propias del sector permiten difundir los distintos atractivos turísticos de la región despertando en los turistas el deseo de visitar los lugares que se muestran en las tarjetas postales.

El turismo es un sector presente en todo el mundo y de especial notabilidad en Ecuador, esta actividad permite crear nuevos puestos de trabajo y generar desarrollo positivo.

6.8. Difusión

Para mantener una comunicación directa y permanente con los usuarios se ha fijado el siguiente cronograma por etapas para la respectiva difusión de un catálogo con postales de los lugares más característicos de Cotacachi.

Aprovechando las ventajas que nos brindan las redes sociales Facebook, es una buena herramienta que permite mantener una comunicación directa, permanente e interactiva con los usuarios.

Además, el catálogo permanecerá expuesto por un tiempo indefinido en “Ecuahorizons”, una agencia de viajes ubicada en la ciudad de Ibarra.

Tabla: 32

Tiempo	Mes 1				Mes 2				Mes 3			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Actividades												
Generación de un canal digital	x											
Generar un público		x	x	x		x	x	x				
Lanzamiento de las tarjetas postales					x	x	x	x		x	x	x
Exposición del catálogo en agencia de viajes Ecuahorizons										x	x	x
Interactividad									x	x	x	x

 **All You Need Ecuador** compartió una foto en el grupo MIGRANTES RETORNADOS EN ECUADOR.
17 h · 

#AllYouNeedIsEcuador



Postales de Cotacachi
¡Riqueza natural del Ecuador!

 Me gusta  Comentar  Compartir

A All You Need Ecuador y 35 personas más les gusta esto.

 **Rosario Aracelly Rodriguez** hermoso paisaje ecuatoriano
17 h · Ya no me gusta ·  2

 Escribe un comentario...  

Gráfico: 83

Notificaciones [Marcar todas como leídas](#) - [Configuración](#)













-  **A Yezid Prieto le gusta Postales de Cotacachi.**
Ayer a las 14:36
-  **Normita Narcisa Viñansaca compartió la publicación de Postales de Cotacachi.**
5 de agosto a las 22:35 
-  **A Yofan Calderon le gusta tu foto del perfil.**
5 de agosto a las 14:59 
-  **A Yofan Calderon le gusta tu foto.**
5 de agosto a las 14:59 
-  **A Paola Quilca le gusta tu foto del perfil.**
5 de agosto a las 14:28 
-  **A Yasmin Bravo Neuta le gusta Postales de Cotacachi.**
4 de agosto a las 19:48
-  **A Angie Vanegas Calderon y Yofan Calderon les gusta tu foto.**
4 de agosto a las 15:39 

Gráfico: 84

Material de promoción



Gráfico: 85



6.9. Bibliografía

- Cruz, S. (6 de Julio de 2012). From <http://bellezadeunpaisaje.blogspot.com/2012/07/belleza-escenica.html>
- LANDAZABAL, L. D. (19 de Febrero de 2011). Sentido de Pertenencia. (9 de junio de 2013). *Turismo se incrementó en 10% en Imbabura* .
- Morales, J. (2012). *Imágenes Ibarra*. Ibarra: consejo nacional de cultura.
- Lasswell, H. D. (n.d.). *Biblioteca virtual Luis Ángel Arango*. Retrieved 03 de Diciembre de 2013 from Biblioteca virtual Luis Ángel Arango: www.banrepcultural.org/
- Arias. (2004). Retrieved 05 de Diciembre de 2013 from <http://www.oocities.org/es/annadugarte/seminario/Metodologia.htm>
- Ministro Alvarado propone convertir a Ecuador en una potencia turística. (06 de Diciembre de 2013). *ecuadorinmediato.com* .
- Arellano. (n.d.). *CCONSUMER*. Retrieved 11 de Diciembre de 2013 from <http://cconsumer.wordpress.com/comportamiento-del-consumidor-2/comportamiento-del-consumidor-definicion-y-teorias/>
- O'Guinn, A. S. (n.d.). *promo negocios .net*. Retrieved 12 de Diciembre de 2013 from <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/publicidad-definicion-concepto.html>
- Armstrong, K. y. (n.d.). *promo negocios .net*. Retrieved 12 de Diciembre de 2013 from <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/publicidad-definicion-concepto.html>
- Rena. (n.d.). Retrieved 16 de Diciembre de 2013 from <http://www.rena.edu.ve/cuartaEtapa/metodologia/Tema11.html>
- Eumed.net*. (n.d.). Retrieved 16 de Diciembre de 2013 from http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/eal/tecnicas_recoleccion_datos.html

KARL POPPER RAIMUND. (n.d.). Retrieved 17 de Diciembre de 2013 from http://www.geagea.com/06indi/06_04.htm

Concepto de entrevista. (17 de Diciembre de 2013). Ibarra, Imbabura, Ecuador. Retrieved 17 de Diciembre de 2013 from <http://tecnologiaedu.us.es/formate/curso/modulo9/411conceptodeentrevista.htm>

Monografias.com. (n.d.). Retrieved 17 de Diciembre de 2013 from <http://www.monografias.com/trabajos12/recoldat/recoldat.shtml#cuest>

Monografias.com. (n.d.). Retrieved 17 de Diciembre de 2013 from www.monografias.com

Sabino Carlos, y. A. (2006). Proyecto de Investigación.

Veiga Shibaki, V. (2013).

Vásquez, y. G. (2002).

Darío, R. (Marzo de 1903).

Boyer. (2002).

Santillán, V. L. (2010). *La Fotografía como creadora de la Imagen de un destino turístico*. Buenos Aires.

tarjetaspostales.net. (n.d.). Retrieved 2013 from <http://webs.ono.com/tarjetaspostalesnet/historia.html>

Méndez. (1999).

Balestrini. (1997).

Hurtado. (2000). Retrieved 2014

Univero, E. (29 de Junio de 2014). From <http://www.eluniverso.com/>: <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/06/29/nota/3171511/vinicio-alvarado-anuncio-que-hay-nueva-ministra-turismo>

(n.d.). Retrieved 2013 from [Promonegocios.net](http://www.promonegocios.net/): <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/publicidad-definicion-concepto.html>

ANEXOS

MATRIZ CATEGORIAL

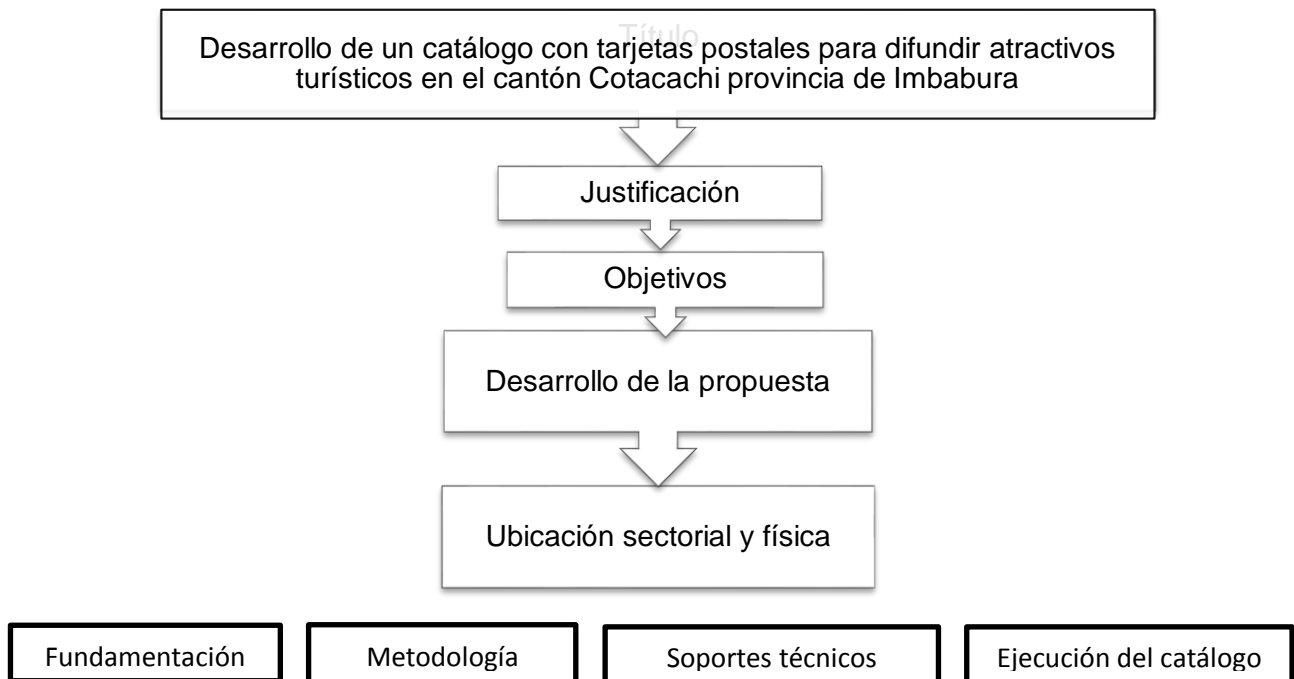
CONCEPTO	CATEGORÍAS	DIMENSIÓN	INDICADOR
Es una lista que contiene imágenes en forma ordenada y clasificada	Catálogo con tarjetas postales	Interno público	Sólo pueden ser usados por el personal y no están a disposición del público. Están a disposición de todo el mundo.
Es un bien intangible o tangible que provoca una motivación de visitación por parte de la demanda	Atractivos turísticos	Sitios naturales Manifestaciones culturales Folclor	Montañas Planicies Ríos Lagunas Museos Obras de Arte Lugares Históricos Ruinas y sitios arqueológicos Música y danza Artesanía y artes populares

<p>Dar a conocer una cosa a un gran número de personas una de las principales herramientas en la publicidad de cualquier evento servicio o producto</p>	<p>Difundir</p>	<p>Televisión</p> <p>radio</p> <p>Periódico</p> <p>Internet</p>	<p>Es un medio audiovisual masivo que permite a los publicistas desplegar toda su creatividad porque pueden combinar imagen, sonido y movimiento</p> <p>Es un medio "solo-audio" que en la actualidad está recobrando su popularidad</p> <p>Son medios visuales masivos, ideales para anunciantes locales</p> <p>permite a millones de usuarios conectados a la misma: compartir, intercambiar, extraer e introducir información desde cualquier lugar del mundo</p>
---	-----------------	---	--

		<p>Publicidad sin fines de lucro</p>	<p>Los anunciantes de esta publicidad son las organizaciones sin fines de lucro, fundaciones, asociaciones, casa de beneficencia, instituciones religiosas, entre otros y los mensaje que transmiten son principalmente participación en programas de beneficencia o incentivando las donaciones</p>
		<p>Publicidad de servicio público</p>	<p>Comunican un mensaje a favor de una buena causa, como dejar de conducir en estado de ebriedad o prevenir el abuso infantil.</p>

3.6. ESQUEMA DE LA PROPUESTA

Para llegar al buen desarrollo de un catálogo con tarjetas postales que difunda los atractivos turísticos en el cantón de Cotacachi se ha determinado el siguiente contenido.



MARCO ADMINISTRATIVO

Cronograma de Actividades

Tiempo Actividades	2014																			
	MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Revisión literaria	X	X																		
Recopilación de información		X	X	X																
Selección de contenidos		X	X	X																
Validación de instrumentos						X	X													
Recopilación de datos		X	X	X																
Tabulación y análisis de datos						X	X	X												
Constatación de resultados								X	X	X										
Elaboración de conclusiones y recomendaciones								X	X	X										
Recolección de información en relación a la propuesta		X	X	X	X	X														
Construcción de la propuesta												X	X	X						
Validación de la propuesta													X	X						
Divulgación de la propuesta													X	X						
Presentación del primer borrador del informe															X	X				
Corrección															X	X	X			
Presentación del informe final																X	X			
Defensa del trabajo de grado																				X

4.2 Recursos

Humanos:

- Colaboración de Lorena Calderón
- Ministerio de Turismo
- Carlos Cevallos (Guía de turismo)
- David Ortiz, tutor de proyecto
- Personas encuestadas
- Investigadora, Ivón Calderón

Autoridades

- Ministerio del Ambiente
- Reserva ecológica Cotacachi - Cayapas

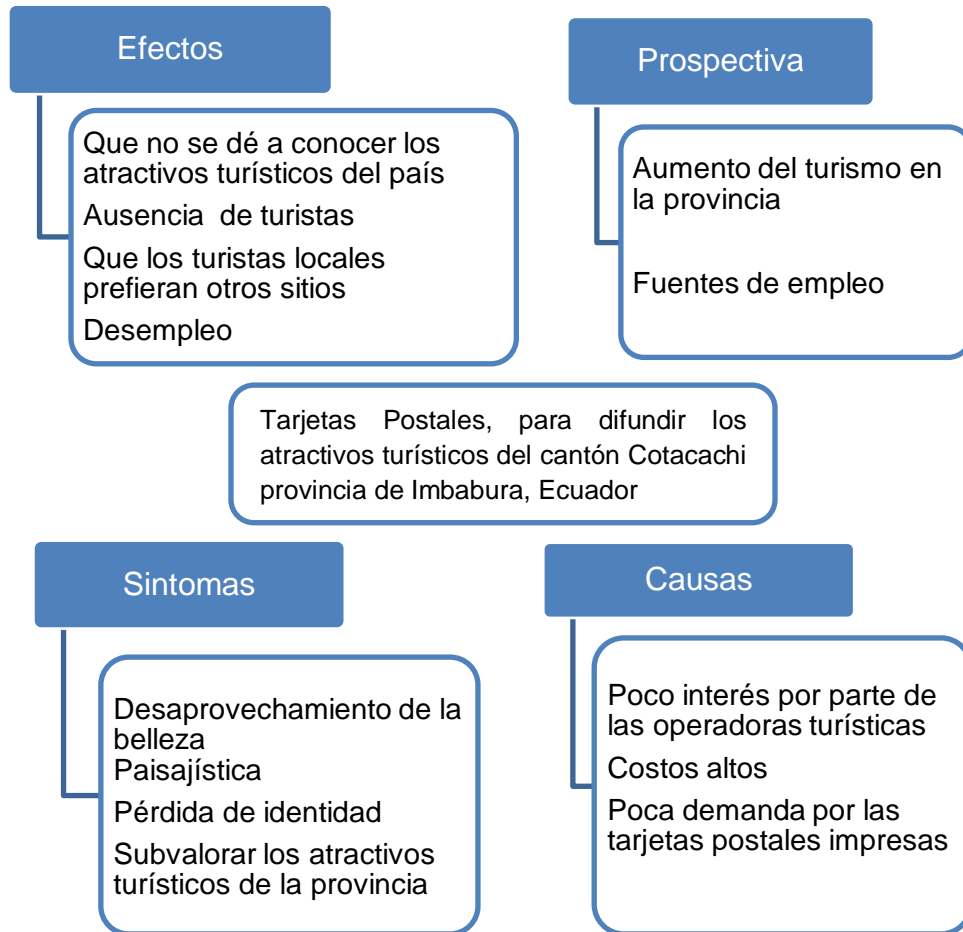
Materiales

- Computador
- Impresora
- Cámara fotográfica
- Lápices
- Esferos
- Agenda

4.3. Presupuesto

N°	Recurso o actividad	Costo parcial	Sub total
1	Cámara fotográfica		1500.00
3	Transportes		200.00
5	Impresiones		100.00
6	Anillados	1.25	20.00
7	Papel Resma	4.50	22.50
8	Computador Portátil		1090.00
9	Imprevistos		50.00
Total			USD 2932.50

Árbol de problemas



4.6. MATRIZ DE COHERENCIA

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL
<p>Cómo desarrollar un catálogo con tarjetas postales para difundir los atractivos turísticos en el cantón cotacachi provincia de Imbabura en Ecuador</p>	<p>Determinar la utilización de un catálogo con tarjetas postales como medio de Publicidad para dar a conocer los principales atractivos turísticos del cantón de Cotacachi en la provincia de Imbabura</p>
SUBPROBLEMAS/ INTERROGANTES	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
<p>¿Cuáles son los procesos para mejorar la imagen escénica del paisaje en el cantón Cotacachi?</p>	<p>Realizar viajes de reconocimiento a los atractivos naturales más característicos en el cantón Cotacachi</p>
<p>¿Cómo utilizar una herramienta como medio de comunicación para difundir atractivos turísticos de la región?</p>	<p>Recopilar información testimonial, para definir el tipo de imágenes de acuerdo a su importancia turística</p>
<p>¿La creación de un catálogo con tarjetas postales permitirá difundir atractivos turísticos, conforme a los intereses sociales, económicos y culturales de la provincia de Imbabura?</p>	<p>Resaltar el paisaje con todas sus bellezas escénicas a través de la fotografía</p>
<p>¿De qué forma contribuye a la provincia de Imbabura difundir atractivos turísticos para cumplir con la meta propuesta en el plan del buen vivir?</p>	<p>Desarrollar estrategias para promocionar las tarjetas postales</p>



Universidad Técnica del Norte

FECYT

Facultad de Educación ciencia y Tecnología

Carrera de Diseño y Publicidad

Encuesta para el Trabajo de Grado

La presente tiene como finalidad difundir los atractivos turísticos del **cantón Cotacachi** mediante una tarjeta postal de Calidad

Por favor, marque con una X la respuesta, de acuerdo a su opinión:

1. ¿Cuál sería su nivel de preferencia para adquirir una tarjeta postal?

Conseguiría	Buscaría	Pensaría	Dudaría	No lo consideraría

2. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una tarjeta postal?

Gratis	0,25CTVS	50 CTVS	1USD a 5USD	10USD o más

3. ¿Cómo se puede hacer una tarjeta postal más interesante?

Tamaño	Texto	Material	Imágenes	Otro, ¿cuál?

4. ¿Qué función debería cumplir una tarjeta postal?

De regalo	Publicitaria	Artística	Turística

5. ¿Qué tipo de contenido le gustaría a usted encontrar en una tarjeta postal? (de Cotacachi)

Paisaje	¿Cuál?
Gente	¿De dónde?
Artesanías	Ejemplo
Flora y fauna	¿Cuál?

6. ¿Qué haría usted con una tarjeta postal?

La conserva	Colecciona	Utiliza en decoración	Descarta/Recicla

7. ¿En qué lugar usted esperaría encontrar una tarjeta postal?

Agencia de viajes	Tiendas	Supermercados	Aeropuertos	Otro ¿dónde?

8. Señale uno de los siguientes medios de comunicación que usted utiliza para informarse de temas turísticos

Televisión	Radio	Prensa	Internet
------------	-------	--------	----------

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:	52809417
APELLIDOS Y NOMBRES:	Calderón Neuta Ivón Marithza
DIRECCIÓN:	Calle Flores y Juan Montalvo
EMAIL:	ivonneuta@gmail.com
TELÉFONO FIJO:	2958462
TELÉFONO MÓVIL	

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"DESARROLLO DE UN CATÁLOGO DE TARJETAS POSTALES PARA DIFUNDIR LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN COTACACHI EN LA PROVINICA DE IMBABURA ECUADOR"
AUTOR (ES):	Calderón Neuta Ivón Marithza
FECHA: AAAAMMDD	2015/12/17
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Licenciada en Diseño y Publicidad
ASESOR /DIRECTOR:	Msc. David Ortiz

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Calderón Neuta Ivón Marithza , con cédula de identidad Nro., 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 de Diciembre del 2015

EL AUTOR:

(Firma) 

Nombre: Calderón Neuta Ivón Marithza
c.c. 52809417



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, Calderón Neuta Ivón Marithza , con cédula de identidad Nro. 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: "DESARROLLO DE UN CATÁLOGO DE TARJETAS POSTALES PARA DIFUNDIR LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN COTACACHI EN LA PROVINCIA DE IMBABURA ECUADOR" Qué ha sido desarrollada para optar por el Título de **Licenciada en Diseño y Publicidad** 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 Diciembre del 2015

(Firma) 
Nombre: Calderón Neuta Ivón Marithza
Cédula: 52809417