



Pontificia Universidad Católica del Ecuador
Facultad de Arquitectura, Diseño y Artes

**Trabajo Final de Grado previo a la obtención del título de
Diseñador Profesional con mención en Diseño Gráfico y
Comunicación Visual**

Tema:

Sistema visual de promoción turística aplicado a “La Ruta del Cacao” en el cantón Rioverde de la provincia de Esmeraldas.

Autor:

Stefanía Macías García

Director:

M.D. Dis. Xavier Jiménez Álvaro

Fecha:

Septiembre, 2012

ÍNDICE GENERAL

| | |
|---|-----------|
| ÍNDICE GENERAL | 2 |
| RESUMEN | 4 |
| PREFACIO | 5 |
| AGRADECIMIENTO | 7 |
| INTRODUCCIÓN | 8 |
| CAPITULO 1: | 13 |
| 1.1 El turismo como medio de desarrollo económico del sector rural ecuatoriano. | 13 |
| 1.1.1 El turismo una oportunidad de desarrollo para nuestro país. | 13 |
| 1.1.2 Las operadoras turísticas y la programación de viajes. | 17 |
| 1.1.3 El turismo natural; funcionamiento y desarrollo. | 18 |
| 1.1.4 Características del turismo en el Ecuador. | 19 |
| 1.2 La Ruta del cacao, potencial turístico en Rioverde – Esmeraldas. | 22 |
| 1.2.1 Rioverde, cantón de desarrollo turístico de Esmeraldas. | 22 |
| 1.2.4 El cacao en el Ecuador | 29 |
| 1.2.3 La Ruta del cacao: características y cualidades. | 31 |
| 1.2.4 Marketing turístico y comunicación estratégica. | 35 |
| 1.3 Diagnóstico para la propuesta gráfica y promoción de Rioverde. | 39 |
| 1.3.1 Análisis FODA de la promoción turística actual. | 39 |
| 1.3.2 Falencias de la promoción turística actual. | 41 |
| 1.3.3 El plan de promoción y propuesta del sistema gráfico. | 45 |
| CAPÍTULO 2: | 50 |
| 2.1 Fases para el diseño del signo identificador gráfico de la Ruta del Cacao. | 50 |
| 2.1.1 Requisitos de diseños. | 50 |
| 2.1.2 Elementos de identidad. | 50 |
| 2.1.3 Elementos del discurso visual. | 58 |
| 2.2 Elementos de promoción visual de promoción turística de Rioverde. | 59 |
| 2.2.1 Fase preliminar: Análisis | 59 |
| 2.2.2 Fase 1: Diseño | 64 |
| 2.3 Aspectos culturales para el diseño del sistema visual. | 121 |
| 2.4 Proforma. | 122 |

| | |
|---|------------|
| CAPÍTULO 3: | 125 |
| 3.1 Respuesta de los usuarios ante la propuesta. | 125 |
| 3.2 Respuesta de las autoridades ante la propuesta. | 126 |
| 3.4 Resultados finales. | 127 |
| CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES: | 129 |
| Conclusiones. | 129 |
| Papel de la promoción turística. | 129 |
| Papel del diseño gráfico. | 129 |
| Del proyecto | 130 |
| Recomendaciones | 131 |
| De la promoción turística | 131 |
| Del proyecto | 131 |
| Del ámbito turístico | 132 |
| ANEXOS | 133 |
| BIBLIOGRAFÍA | 144 |

RESUMEN

Este proyecto consiste en la elaboración de un sistema visual de promoción, que contribuya al desarrollo turístico del cantón Rioverde y específicamente a la Ruta del Cacao. Se ha desarrollado un sistema visual que consiste en la imagen identificativa para la Ruta del Cacao y elementos gráficos: afiches, vallas, tríptico, volante, infografía que se encuentran contribuyendo al desarrollo del cantón Rioverde como lugar turístico. Se habla de un sistema visual debido a la interrelación de los elementos visuales con el fin de transmitir un mensaje.

PREFACIO

Desde mi infancia me llamó la atención la fauna de mi provincia, Esmeraldas, conformada por un ecosistema diverso que le brindan su característico y atractivo verdor. Rodeada siempre de tanta belleza natural, pude observar la falta de desarrollo que ha tenido, ya que a pesar de contar con grandes atractivos inigualables como son: sus playas, ríos, bosques y manglares no se la ha impulsado turísticamente de forma decidida.

Actualmente en Esmeraldas sus autoridades se han propuesto el desarrollo del turismo como una nueva alternativa de trabajo que se encuentra poco explotada; ya que de las 129655 personas económicamente activas, censadas en el año 2001 en la provincia de Esmeraldas solamente 2940 se dedican a la actividad turística. El bajo desarrollo del turismo en Esmeraldas, ha provocado que existan muchos sectores de la provincia que se encuentran sin ser aprovechados adecuadamente para beneficio de sus moradores. Algunos de los lugares desconocidos pero que cuentan con una gran diversidad de sitios atractivos, van a tener la oportunidad de ser mostrados y explotados de manera sostenible para el bienestar de los esmeraldeños y de los turistas que acceden a la provincia.

Actualmente con el impulso de la Corporación de Desarrollo y Apoyo Provincial “Esmeraldas”, CDAPE, se ha generado el Programa de Intervención Territorial Integral, PITI, que consiste en intervenir en aquellas comunidades que presenten mejores condiciones turísticas para el efectivo aprovechamiento de las potencialidades locales a fin de convertirse en una fuente de ingresos adicionales.

Uno de los lugares en los que interviene el proyecto PITI es Rioverde, un hermoso y acogedor cantón de la geografía esmeraldeña, que debido a sus atractivas zonas podría convertirse en un sitio turístico muy reconocido de la provincia.

El cantón Rioverde tiene grandes posibilidades de desarrollo ya que cuenta con una gran actividad agrícola que es utilizada para fomentar el agroturismo por parte de los trabajadores cacaoteros del área y del CDAPE, que utilizando sus recursos naturales han creado “La Ruta del Cacao” a través del río Rioverde, en donde los turistas podrán conocer y visitar haciendas cacaoteras, probar comidas típicas y tener una experiencia maravillosa adentrándose en un lugar diferente de Esmeraldas.

Este trabajo final de carrera está enfocado en el diseño de un sistema de elementos gráficos para la promoción turística de “La Ruta del Cacao”, que permitan apoyar el desarrollo de un sitio de gran potencial de crecimiento y en donde su gente quiere formar parte de una nueva alternativa que promueva el crecimiento cantonal, en donde se tomen en cuenta las características del lugar para darle al presente trabajo una identidad propia.

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento en primer lugar es para Dios, por haberme guiado por un camino difícil, pero satisfactorio. A mis padres, Gonzalo y Rebeca, por haber sido siempre mi ejemplo a seguir y el pilar que me ha mantenido constante durante todos estos años. A mis hermanos, Dania e Iván, por haberme dado su apoyo y fuerza para poder realizar mis metas. A mis sobrinos, por darme alegría a lo largo del desarrollo de todo este proyecto y por ayudarme a atravesar los obstáculos con felicidad. A mis tías, a mis primas y a mis hermosas abuelitas por su cariño incondicional. A mi gordito, Juan Pablo, por mantenerse a mi lado y por enseñarme que si quiero algo debo luchar por ello. A mis compañeros de estudios, Jose, Lucho, Álvaro, JuanCa, Gaby, Rick, Rous por sus consejos y su apoyo durante el curso de mi carrera. A mis profesores, que han compartido sus conocimientos conmigo y haberme enseñado que el camino que sigue es dificultoso, pero que con constancia todo se alcanza. A Guillito, mi mejor amigo de toda la vida, por haberme escuchado durante tantos años y seguir ahí. A Vale y a Xime por ser mis cómplices en las noches de insomnio y hacerme reír con sus ocurrencias. A mi Luna por compartir conmigo el día a día y ser mi compañera fiel.

Además agradezco a todas las personas que han apoyado al desarrollo de este trabajo, Dr. Patricio Meza, Lic. Lucía Sosa, Alc. Luis López, así como a todos aquellos que han aportado información para la conclusión de mi TFC.

Y finalmente un agradecimiento muy especial al Dis. Xavier Jiménez Álvaro, mi director de TFC, por tenerme tanta paciencia y haberme conducido en la realización de este pequeño reflejo de todo lo que puedo dar.

INTRODUCCIÓN

Actualmente el mercado del turismo se halla en constante expansión y esto se encuentra estrechamente ligado al crecimiento económico de los países y la mejora de la calidad de vida de la gente. El turismo, ya sea por vacaciones o por trabajo se ha convertido en una fuente de ingresos que ahora gran parte del mundo se encuentra aprovechando.

Ecuador, como país en desarrollo, se encuentra promoviendo proyectos para mejorar el turismo en ciertos sectores ecuatorianos. Uno de estos proyectos es el del Programa de Intervención Territorial Integral o PITI, que se ha encargado de la recopilación de información de forma organizada a fin de priorizar las necesidades de las diferentes comunidades del país e intervenir en aquellas que presenten mejores condiciones para el efectivo aprovechamiento de las características locales. Rioverde forma parte de este plan con el desarrollo de un sendero turístico que pueda aportar con el avance activo del sector. Este sendero es “La Ruta del Cacao”, que es uno de los mayores atributos con los que cuenta el lugar, ya que incluye todos los atractivos turísticos que tiene Rioverde: gastronomía, actividades recreativas, hospedaje, fauna y flora.

Como parte del fortalecimiento del turismo del sector se utiliza el marketing turístico, en donde la comunicación y específicamente la comunicación gráfica es una herramienta fundamental para poder promocionar Rioverde y así ayudar de alguna forma al crecimiento de la economía del sector. Es importante mencionar que para que un destino turístico cumpla con las expectativas de los visitantes debe existir un sistema organizado y donde no sólo el diseño gráfico aportará con el cumplimiento del objetivo, pero si será una parte importante.

Un medio para comunicar al usuario es el lenguaje visual, ya que aparte de ser de comprensión inmediata permite la relación más directa entre el mensaje y el receptor estimulando emociones. “Una imagen vale más que mil palabras” dice el proverbio popular, ya que no existe mejor promoción que la de mostrar cuales son los atractivos que tiene un lugar para provocar en el usuario el deseo de querer trasladarse hasta esa zona.

Que una pieza de diseño gráfico pueda comunicar de forma correcta y precisa es vital para el desarrollo de una campaña de promoción turística, ya que va a marcar la

diferencia entre un lugar y otro y puede contribuir de manera exitosa al desarrollo del turismo como actividad económica.

La Ruta del Cacao como atractivo turístico cuenta con una deficiencia en cuanto a la comunicación de sus cualidades y de las actividades que se pueden realizar, es por ello que haciendo un análisis detallado se ha podido encontrar la problemática a enfrentar:

El insuficiente desarrollo de elementos visuales que integren un sistema eficiente de promoción turística en relación a los usuarios potenciales y cubriendo todos los medios y canales posibles dentro La Ruta del Cacao del cantón Rioverde.

De esta manera, la propuesta de este proyecto consiste en utilizar los conocimientos de diseño para la creación de un sistema visual que conste del desarrollo de un conjunto de elementos gráficos que promocionen turísticamente la ruta del cacao, en donde se tomen en cuenta las características del lugar para darle al presente trabajo una identidad propia.

En este proyecto se realizará una descripción del lugar a trabajar y sus características, así como la reseña de la actividad turística en el Ecuador y en Rioverde, más específicamente, la manera de promoverlo a través del marketing turístico y la comunicación estratégica y se concluirá con el desarrollo de una propuesta que aporte al incremento de la actividad turística del sector.

En el cantón Rioverde se necesita actuar sobre los medios con los que cuenta para su desarrollo, procurando enfocarse en la diversidad de atractivos que hacen que este lugar tenga el potencial de convertirse en un punto de concentración turística importante.

Para el desarrollo de este proyecto se han generado los siguientes objetivos que permitirán esclarecer las líneas de trabajo y cuales son las actividades a realizarse.

Objetivo General

- Diseñar un sistema visual de promoción turística en la Ruta del cacao en el cantón Rioverde para que exista una mejor distribución de la información hacia los turistas.

Objetivos específicos

- Definir los elementos, las características y requerimientos del sistema visual de promoción.
- Desarrollar el sistema visual para la promoción en función de los turistas potenciales y dentro de un esquema de marketing turístico.
- Validar el sistema con los potenciales usuarios y los dirigentes.

Objetivos académicos

- Incorporar los conocimientos adquiridos durante el estudio de la carrera de Diseño Gráfico CV con otras disciplinas, aplicándolas a un proyecto de interés turístico nacional.
- Ampliar el conocimiento en otras disciplinas que contribuyan con el desarrollo del proyecto.
- Integrar disciplinas para la búsqueda de soluciones a problemas de investigación.

El desarrollo de este proyecto como Trabajo de Fin de Carrera dejará a la vista todos los conocimientos adquiridos a través del estudio de la Carrera de Diseño Gráfico (CV).

Mediante el diseño gráfico se transmitirá el mensaje requerido a través del lenguaje visual, comunicando gráficamente ideas, hechos y atractivos turísticos considerando los factores sociales, culturales, económicos, estéticos y tecnológicos con los que cuenta el cantón.

Este TFC ha sido justificado en tres niveles social, académico y personal con el fin de que los lectores puedan entender cuales han sido las motivaciones que han llevado a la generación de este proyecto.

Social

El cantón de Rioverde necesita actuar acerca de sus medios de desarrollo, procurando enfocarse en los atributos con los que cuenta, en este caso, sus atractivos turísticos que van desde los bosques tropicales y los manglares, hasta llegar a atractivas playas vírgenes.

La diversidad de atractivos con los que cuenta hacen que este lugar tenga el potencial de convertirse en un punto de concentración turística importante, ya que el turista tendrá dos tipos de zonas en uno sola. La Ruta del cacao cuenta con numerosas actividades que la diferencian de otros sitios logrando que la estadía de los turistas sea única.

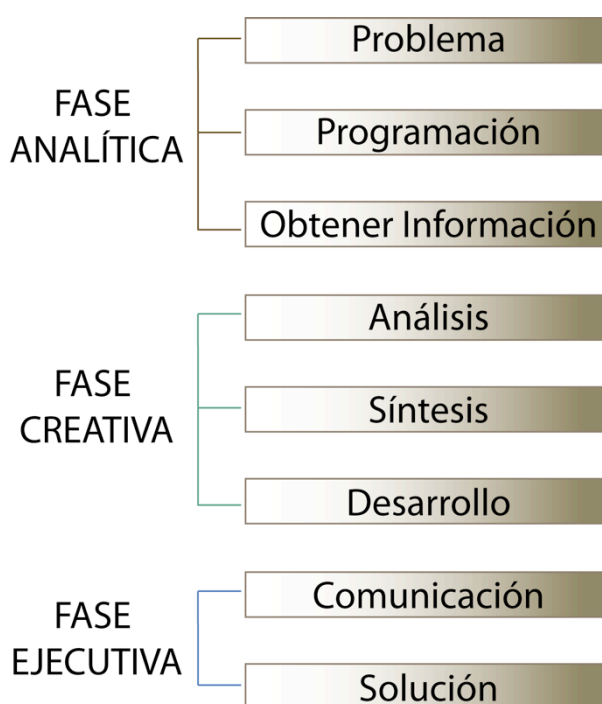
Académica

El desarrollo de este proyecto como Trabajo de Fin de Carrera deja a la vista todos los conocimientos adquiridos a través del estudio de la Carrera de Diseño Gráfico (CV).

Mediante el diseño gráfico se transmitirá el mensaje requerido, que consta en caso de la señalización, de signos de dirección y ubicación, y dentro de la promoción se comunicará a través de la imagen los atractivos que se ofrecen procurando que el usuario se sienta atraído.

Personal

Dentro del ámbito personal se realizó la selección de este tema debido a que como esmeraldeña, siempre existirá la inclinación por desarrollar proyectos que contribuyan en mayor o menor escala con el desarrollo de mi Provincia. Por la misma razón se cuenta con respaldo de personas del sector, con las que se mantienen lazos laborales, familiares y fraternales, quienes colaborarán con la recolección de información y desarrollo del Trabajo de Fin de carrera.



Para la ejecución de este proyecto se utilizará la metodología de Leonard Bruce Archer, en donde él ve al diseño como una disciplina encargada de "seleccionar los materiales correctos y darles forma para satisfacer las necesidades de función y estéticas dentro de las limitaciones de los medios de producción disponibles". Al mismo tiempo, responde a una serie de pasos que ayudan a que esto se lleve a cabo organizadamente en tres etapas: analítica, creativa y de ejecución (Rodríguez, 2004: 28).

La metodología de Archer se compone de la siguiente manera:

En la fase analítica se realizará la recopilación de datos del tipo contextual, teórico e histórico, toma de fotografías a los diferentes puntos de la Ruta del Cacao, encuestas a turistas y moradores del sector, entrevistas a las autoridades pertinentes y estudio del problema, en donde se determinarán las necesidades con las que cuenta el cantón.

En la fase creativa se realiza el análisis de los datos recopilados y se aplicarán los conceptos y teorías estudiadas, para determinar cuales son los elementos de diseño más importantes para el desarrollo de la propuesta y luego se procederá al diseño de los objetos promocionales que complementen el proyecto.

En la fase ejecutiva se obtendrá la posible solución final del proyecto, y se dará a conocer a las personas pertinentes, para así validar su pertinencia y su posible implementación.

La obtención de mayor información acerca del problema de falta de promoción de Rioverde facilitará el desarrollo de criterios para la configuración de un sistema visual, pero nunca será suficiente para el desarrollo de una solución, siempre debe haber un salto creativo entre la información obtenida y su interpretación visual. A pesar de que la solución deba estar basada en la investigación, aquella no proviene solamente de ésta. Otros aspectos deben ser considerados en función de obtener el resultado deseado agregando la experiencia del público y personal, el aspecto cultural y lo sensorial.

Por la misma razón se cuenta con respaldo de personas del sector, quienes colaborarán con la recolección de información y desarrollo del Trabajo de Fin de carrera.

CAPITULO 1:

En el presente capítulo se realizará una descripción del turismo a nivel mundial hasta llegar al Ecuador, Esmeraldas y finalmente a Rioverde, incluyendo al objeto de estudio La Ruta del Cacao.

1.1 El turismo como medio de desarrollo económico del sector rural ecuatoriano.

1.1.1 El turismo una oportunidad de desarrollo para nuestro país.

El hombre es un ser curioso por naturaleza, a partir de la invención de la rueda y el descubrimiento de que el agua puede servir como vía de transporte, ha tratado de conocer lugares que se encuentran lejos de su residencia. Esto lo ha realizado con el fin de aprender de otras costumbres y la diversidad de elementos que conforman a otras culturas. De este hecho nace el turismo.

El turismo ayuda al ser humano a ampliar sus propios horizontes brindándole una visión más completa de su entorno además de brindarle actividades como descansar, aprender, recrearse, comprar o hacer deporte, esto le permite apartarse de su vida cotidiana y realizar acciones que no son comunes en su ambiente habitual. La actividad turística permite al usuario alejarse de sus tareas habituales y adentrarse en una nueva experiencia que es capaz de despertar nuevas emociones y desarrollar nuevas aptitudes.

El turismo actualmente es una de las actividades socioeconómicas con mayor crecimiento en el mundo, como lo reconoce la Organización Mundial del Turismo, OMT, pues registra anualmente 698 millones de llegadas de turistas internacionales en el mundo, como lo menciona Alejandro Palafox en su libro Turismo: Teoría y praxis (Palafox, 2005:15). A nivel mundial en el año 2009 el turismo aportó con 852 mil millones de dólares según la Organización Mundial del Turismo como se describe en la siguiente tabla.

Llegadas de turistas internacionales e ingreso de divisas por concepto de turismo

| | (billones US\$) 2009* | (millones) 2009* |
|---------------------------|--------------------------|---------------------|
| MUNDO | 852 | 880 |
| EUROPA | 412,4 | 460,0 |
| Europa del norte | 60,8 | 53,0 |
| Europa Occidental | 143,1 | 145,9 |
| Europa Central / Oriental | 47,5 | 89,8 |
| Europa Mediterránea | 161,0 | 171,3 |
| ASIA Y EL PACÍFICO | 202,8 | 180,9 |
| Asia del Noreste | 100,4 | 98,1 |
| Asia del Sudeste | 53,8 | 62,0 |
| Oceanía | 33,5 | 10,9 |
| Asia Meridional | 15,1 | 10,0 |
| AMÉRICAS | 165,6 | 140,0 |
| América del Norte | 119,1 | 92,1 |
| El caribe | 22,4 | 19,4 |
| América Central | 5,9 | 7,9 |
| América del Sur | 18,1 | 20,6 |
| ÁFRICA | 28,1 | 45,9 |
| África del Norte | 9,9 | 17,5 |
| África subsahariana | 18,2 | 28,4 |
| ORIENTE MEDIO | 43,3 | 52,9 |

Fuente: Boletín de Estadísticas Turísticas 2005- 2009 Pág. 1

El turismo es una necesidad para los estados debido a la generación de ingresos y empleos; la facilidad con la que en la actualidad se pueden realizar actividades turísticas ha logrado que dicha acción sea uno de los principales ingresos económicos en el mundo, que influyen en el desarrollo de la economía de todas las naciones. Las ganancias producidas por el turismo no solo son económicas, ya que el intercambio cultural permite ampliar los conocimientos de los turistas y también el de los anfitriones, con respecto a otros países; además el intercambio cultural genera la paz y la amistad con las demás naciones. El buen manejo del turismo llega a convertir lugares desolados en sitios de interés, mejorando no sólo la economía de un lugar sino también impulsando a los lugareños a generar nuevas empresas y a cuidar su entorno.

Para profundizar en el estudio del turismo se debe establecer inicialmente una definición adecuada que enumere todas las características que son partes de esta actividad. La definición de turismo se encuentra estrechamente ligada a la definición de turista, ya que no puede existir el turismo sin alguien que lo realice. El turismo según el diccionario de la lengua española es la “actividad o hecho de viajar por placer” (Real Academia de la Lengua Española, 2001: 2246), pero sería una definición

incompleta ya que el turismo es una acción más amplia. De esta manera se utiliza la brindada por Leonardo Alvear, quien plantea: “Turismo es la actividad productiva que se ocupa de las tareas relativas al estudio, planificación, capacitación, implementación, supervisión, promoción, comercialización y prestación de los servicios destinados al turismo” (Alvear, 2008: 29).

Esta definición muestra al turismo como una actividad multidisciplinaria, ya que necesita de otras disciplinas para poder cumplir con su objetivo de brindar un servicio al turista. No sólo se habla del traslado del usuario hacia otra región sino que también incluye las actividades que se deben realizar antes de poder ejecutar la acción de viajar y de lo que deben hacer los interesados en la realización de la actividad turística.

Dentro de la definición se encuentran las actividades de promoción y comercialización que son un pilar fundamental en la realización del turismo (Estos temas se profundizan en el apartado 1.3), ya que para poder acceder a un sitio específico el turista debe conocer previamente a donde se va a dirigir y con que va a contar en ese lugar. La promoción llega a convertirse en una parte esencial ya que debe causar impacto al potencial usuario para que este mantenga en su memoria el destino turístico y quiera llegar a él.

El turismo contribuye de muchas maneras en el crecimiento de una país, ya que además de aportar económicamente motiva a los moradores de los lugares que se están promocionando a mantener su espacio en buena forma, procurando un mejor desarrollo para su medio y así incrementar la afluencia de visitantes.

Ecuador como país turístico desea fomentar un sentimiento de apropiación en su habitantes logrando que protejan su medio ambiente y que busque la forma de subsistir de él sin tener que destruirlo.

Debido a su ubicación, el Ecuador cuenta con una diversidad de lugares y atractivos que ofrecer, es posiblemente uno de los más ricos del planeta, pues gracias a sus grandes contrastes, en su pequeño territorio conjuga cuatro regiones naturales que ofrecen una variedad de climas y lugares que a la vez constituyen el hogar de miles de especies de flora y fauna. Pero el Ecuador no sólo es rico en naturaleza, también es rico en su gente, pues en su territorio existen 14 nacionalidades indígenas con costumbres, idiomas y tradiciones múltiples.

Ecuador actualmente se encuentra buscando nuevos atractivos turísticos para explotar con el fin de transformar al turismo en el primer ingreso económico del país, como ha mencionado el Ministro de turismo Freddy Ehlers el 29 de septiembre del 2010: “El turismo es el futuro económico del Ecuador, por ello tenemos que cuidar los recursos naturales y culturales de nuestro país” (Ministerio de Turismo, 2011:web).



Fuente: ND, 2011: <http://www.revistabanios.com/maps/>

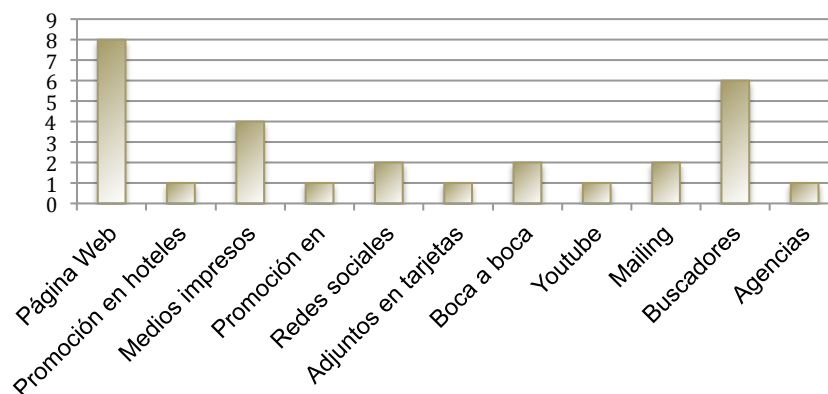
Una de las actividades que el país está promoviendo es el desarrollo de la ruta del pacífico o del Spondylus, que incluye las vías que recorren las playas que se encuentran bordeando el océano pacífico. Dentro de estas playas se encuentran las de la Provincia de Esmeraldas que cuentan con gran afluencia de turistas nacionales y extranjeros.

Esmeraldas no sólo cuenta con hermosas playas sino con una abundante fauna que permite que se la llame “provincia verde”, estos atractivos logran que este lugar sea ideal para el desarrollo turístico. Como parte de la provincia se encuentra el cantón Rioverde y específicamente La Ruta del Cacao que es el objeto de estudio del presente trabajo final de carrera y que se considera un potencial atractivo para su desarrollo y promoción turística.

1.1.2 Las operadoras turísticas y la programación de viajes.

Las operadoras turísticas tienen como misión crear paquetes en donde se incluye, alojamiento, transporte, estadía y una oferta complementaria, aunque también venden productos individualmente. Las operadoras turísticas son el principal medio de conexión entre los turistas internacionales y los destinos que el país puede proponerles.

Las operadoras turísticas venden paquetes a las agencias turísticas, logrando tener contacto con todo aquel turista que quiera acceder a sus servicios. Como medio para comunicar sus ofertas utilizan primordialmente el internet, mediante páginas web, mailing, redes sociales y buscadores. En menor proporción utilizan los medios impresos.



Los medios web son sumamente populares debido a que pueden mostrar todas las ofertas que posee la empresa, además de brindar la información que el usuario requiere en un solo sitio. La facilidad de compartir imágenes, videos, texto y el poder llegar a todos los lugares del mundo a través de un web, hacen que el uso del internet sea la herramienta más utilizada por las operadoras turísticas del país.

Publicitar mediante la web no solo permite tener una mayor audiencia de posibles clientes sino que también resulta más económico que la publicidad tradicional, además de que los usuarios podrán comunicarse directamente con la empresa mediante un mail.

Con el uso del internet las operadoras de turismo mantienen una publicidad continua sin tener que preocuparse por su distribución y tienen acceso a conocer cuales son las necesidades de los usuarios y así adaptar sus ofertas para brindar un mejor servicio.

Así como la web puede ser beneficio para un empresa también suelen crear stress en el usuario de internet, que puede llegar a sentirse abrumado por la cantidad masiva de información que salta a su pantalla generando que el posible cliente no quiera ni siquiera ver la publicidad, es por ello que el entretenimiento y generación de contenidos atractivos deben formar parte esencial en el contenido de la publicidad web.

Las operadoras turísticas aportan a que el Ecuador muestre su mejor cara al mundo brindando oportunidades de que nos visiten turistas que nos beneficien. Las operadoras motivan a los turistas a conocer lugares de los que nunca escucharon además de programar sus estadías y recorridos, logrando que su presencia sea de lo mas placentera.

1.1.3 El turismo natural; funcionamiento y desarrollo.

El turismo se ha convertido en uno de los sectores que ofrece desarrollo dentro del mundo rural, esto se debe al incremento de la conciencia ecológica, así como la revalorización de las culturas y los cambios de comportamiento de los turistas modernos, que buscan a través de los viajes reconectarse con la naturaleza y encontrar un lugar que los despeje del mundo cotidiano.

El turismo rural a diferencia de los otros tipos de turismo busca adaptarse a las características socioculturales y medioambientales del territorio logrando mantener sus particularidades.

Dentro de las definiciones de turismo rural encontradas, la más acertada es :aquella actividad turística realizada en espacio rural, compuesta por una oferta integrada de ocio, dirigida a una demanda cuya motivación principal es el contacto con el entorno autóctono y que tenga una interrelación con la sociedad local (Martínez, 1999:9).

El turismo rural se encuentra dividido en varios tipos, pero con el que se va a trabajar en este proyecto de la Ruta del Cacao es el turismo natural y/o agroturismo.

Se han seleccionado estos dos tipos de turismo ya que el naturalista es aquel que está realizado por las personas que se sienten atraídas por conocer, disfrutar o estudiar los recursos naturales de un lugar y el agroturismo que está motivado en conocer las explotaciones agrarias, siempre que esta actividad sea un complemento de la actividad agraria habitual y principal. El agroturismo está concebido para complementar la actividad agropecuaria, pero no para sustituirla.

Ambos tipos de turismo no son de cinco estrellas, sino más bien, está planeado para esos millones de viajeros procedentes de grandes zonas urbanas que buscan algo diferente, como un encuentro con la naturaleza, el arte y las costumbres populares; además el turismo rural trata de reactivar las zonas más deprimidas con una mejora de su calidad de vida, complementando las actividades económicas tradicionales con las turísticas.

Así mismo, en Rioverde se brindan actividades que integra a toda la familia campesina y resguarda sus costumbres y tradiciones. La idea es que la agricultura familiar campesina tenga nuevas alternativas de negocio a través de las cuales pueda complementar y diversificar sus ingresos.

1.1.4 Características del turismo en el Ecuador.

El turismo de naturaleza se basa en la conducta y la motivación del cliente: un viaje inspirado en las particularidades naturales de un área determinada. Este tipo de viaje tiene como objetivo vivir junto a la naturaleza, disfrutándola, aprendiendo de ella y descansando.

Los visitantes que practican el turismo natural generalmente son conocedores de la naturaleza y tienen como objetivo personal ampliar sus conocimientos mediante la exploración.

Para determinar las principales características de los turistas nacionales e internacionales dentro de Ecuador, se han realizado dos actividades investigativas, en primer lugar, se realizaron encuestas a operadoras turísticas que trabajan en diferentes áreas para determinar que tipo de turista acude a ellas. En segundo lugar se realizó una encuesta virtual que nos brindó información acerca de los turistas que planean sus viajes sin ayuda de las operadoras.

Para poder obtener el número de encuestas que se deben realizar para apoyar el presente trabajo, se ha utilizado la siguiente fórmula:

$$n = (Z^2pqN) / (Ne^2 + Z^2pq)$$

En donde “n” es el número de encuestas se deben realizar, “Z” es el nivel de confiabilidad de los resultados, “p” es la probabilidad de que ocurra el evento, “q” es la probabilidad de que no ocurra el evento, “N” es el grupo de personas que vamos a estudiar y por último “e” es el grado de error.¹ De acuerdo con esta información se han calculado el número de encuestas tomando como “N” el número de personas que realizaron turismo interno en el 2010 según el Ministerio de Turismo en coordinación con el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos², como “Z” el 95% de confiabilidad, como “p” el 50% como “q” el 50% y como “e” el 5%.

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0,5 * 0,5 * 2500000}{2500000(0.05)^2 + (1.96)^2 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{2401000}{6250 + 0.9604} = 384.1$$

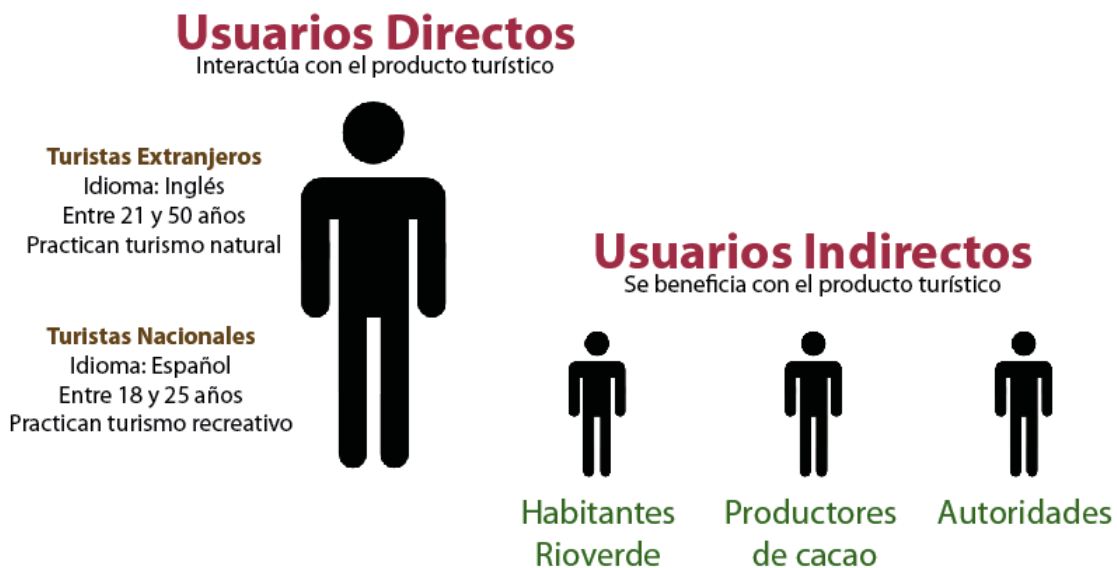
A partir de la encuesta (Anexo 2) revisada se han obtenido los siguientes resultados: De las 384 personas encuestadas residentes en el Ecuador y que practican turismo interno en su mayoría optaron por las siguientes opciones; prefieren visitar la Costa

¹ Fuente: ND, 2011: <http://www.crecenegocios.com/como-hacer-una-encuesta/>

² Fuente: ND, 2011: http://www.turismoaustro.gov.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=877&Itemid=99

específicamente la Provincia de Esmeraldas, se encuentran en un rango entre 18 y 25 años y les interesa practicar el turismo recreativo. Suelen gastar entre \$110 y \$200 y sus estancias son cortas de 1 a 3 días, se trasladan mediante auto particular y en algunos casos en bus y finalmente se enteraron de los sitios a los que concurren mediante “Boca a boca” o buscando en el internet (Anexo 3).

Para obtener el número de entrevistas (Anexo 4) que se debían realizar se contabilizaron las operadoras de turismo inscritas en la OPTUR y se decidió entrevistar a la mitad. Existen 23 operadoras de turismo registradas y de ellas se entrevistaron a 11 obteniendo los siguientes resultados: En su mayoría las personas que contratan los servicios de las operadoras de turismo son extranjeros de Canadá, EEUU y Alemania, con un promedio de edad entre 21 y 50 años, que buscan realizar turismo natural, cuyo presupuesto está entre \$710 a \$1100 dólares, se trasladan hasta los lugares de destino vía aérea y tratan de conocer el Archipiélago de Galápagos, la Amazonía y las montañas ecuatorianas. (Anexo 5)



De acuerdo a los resultados obtenidos se puede determinar que aunque los tipos de usuarios son muy diversos se consigue tener un aproximado de las cualidades que poseen y que tipo de actividades desean realizar. Entre las características que deben tomarse en cuenta para el desarrollo del sistema visual se encuentran: el idioma, el rango de edad, como se trasladan y que lugares y actividades frecuentan los turistas. Además se deben considerar a los usuarios indirectos que son aquellos que encontrarán un beneficio de este proyecto.

1.2 La Ruta del cacao, potencial turístico en Rioverde – Esmeraldas.

1.2.1 Rioverde, cantón de desarrollo turístico de Esmeraldas.

Rioverde es uno de los cantones más joven de la provincia esmeraldeña, fundado el 22 de Julio de 1996, éste se encuentra ubicado al noreste del Ecuador y cuenta con una superficie de 1.480,00 Km² dividido en 6 parroquias, una urbana denominada Rioverde y otras cinco rurales: Rocafuerte, Montalvo, Lagarto, Chontaduro y Chumundé.

Rioverde fue un asentamiento aborigen que actualmente cuenta con una variada manifestación cultural. El cantón fue conocido como un lugar de grandes orfebres y alfareros; hoy es cuna de excelentes pescadores, tejedores, prósperos agricultores y ganaderos. Es también conocida por ser tierra de escritores, poetas, y compositores. Es el cantón más joven de la provincia. En su historia se destaca el hecho de ser un hermoso paraje que fue la Cuna de la Independencia Esmeraldeña. Según sus cronistas los rioverdeños son luchadores y amantes de la libertad. Durante la época de la colonia e inicios de la vida republicana del Ecuador, Rioverde fue un centro de gran actividad social, política y económica.



Fuente: ND,2011: http://www.inpc.gov.ec/userfiles/image/MAPAS/esmeraldas_web%281%29.jpg

En el cantón existe una gran biodiversidad de especies de flora entre las que podemos citar: orquídeas, teca, amarillo, cedro, dormilón, guayacán, moral, mangle entre otros.

En cuanto a la fauna se destaca gran presencia en cantidad y variedad de crustáceos, moluscos, conchas, almejas, mejillones, ostiones; en aves es fácil observar a la fragata magna, gaviotas reidoras, pelicano pardo, piquero enmascarado y el gallinazo; dentro de los reptiles se encuentra el caimán y la iguana; además el área reporta algunos felinos, variedad de roedores salvajes y una gran variedad de peces de río, estuario y del mar como la pinchagua, corvinas, róbalo, chernas, meros, pámpanos y pargos

Rioverde es un lugar privilegiado ya que cuenta con una variedad de atractivos naturales, con una amplia cultura al tener descendencia afro americana, cuenta con lugares de alojamiento, para alimentación y de entretenimiento. Además, con acceso desde otros lugares del Ecuador ya que la carretera que llega hasta Rioverde es la llamada Ruta del Pacífico, que aporta con mayor facilidad de entrada para los turistas. Cerca también se encuentra el aeropuerto de Esmeraldas que recibe tres vuelos, dos provenientes de Quito y Guayaquil diariamente y otro de Colombia 3 veces por semana (lunes, miércoles y viernes).

Rutas de Tame



ND, 2011: <http://aerocolombia.com/2011/10/01/aerolineas-internacionales-con-destinos-en-colombia/mapa-de-rutas-tame/>

Entre las principales actividades económicas con las que cuenta el cantón se encuentran la agricultura, ganadería y pesca. Con índices menores tenemos al comercio, industrias manufactureras y servicio doméstico.

| Lugar | Sexo | Agricultura, ganadería, caza y silvicultura | Pesca | Comercio al por mayor y menor reparación | Industrias | Hogares con servicio domestico | Construcción | Hoteles y restaurantes |
|----------|--------------|---|-------------|--|-------------|--------------------------------|--------------|------------------------|
| PAIS | Total | 26,0 | 1,3 | 17,2 | 10,4 | 3,9 | 6,3 | 2,1 |
| | Mujeres | 15,2 | 0,4 | 20,0 | 10,6 | 11,4 | 0,6 | 3,6 |
| | Hombres | 30,7 | 1,8 | 16,0 | 10,2 | 0,5 | 8,8 | 1,4 |
| RIOVERDE | Total | 51,2 | 12,9 | 7,7 | 3,8 | 4,9 | 2,4 | 1,0 |
| | Mujeres | 24,8 | 2,5 | 12,2 | 3,4 | 24,6 | 0,1 | 3,3 |
| | Hombres | 56,9 | 15,2 | 6,7 | 3,9 | 0,6 | 2,9 | 0,5 |

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censo. INEC. 2001.

En la tabla anterior se pueden encontrar especificadas las principales actividades económicas y que algunas pueden estar relacionadas con el turismo que se realiza en el cantón rioverdeño. Se puede observar que el turismo no se encuentra incluido ya que no es una actividad representativa para los ingresos económicos del sector. La mayoría de la actividades laborales son en relación con la pesca, agricultura, la ganadería y caza, esto permite conocer la gran oportunidad que tendría el aprovechar la belleza cultural y ambiental del sector, de esta manera las actividades que se encuentran más relacionadas con el turismo como comercio, industrias, hoteles y restaurantes que son realizadas en menor proporción podrían crecer también.



Fotografía: Stefania Macías

Al carecer de turismo el cantón Rioverde, no sólo se pierde un espacio de gran potencial nacional, sino que se priva a los turistas de conocer una fauna y flora característica sólo de esos sectores, llevando a que un posible producto turístico tan viable se convierta en una zona inexistente.

Nos referimos a Rioverde como un *producto turístico*³ ya que consta de un conjunto de recursos, materiales e inmateriales, que se brindan para satisfacer los deseos y expectativas de los posibles turistas, otorgando una combinación de atracciones, entretenimientos y cultura.

El cantón Rioverde cuenta con dos espacios turísticos muy diferentes como son la playa y el bosque tropical, brindando al visitante un lugar lleno de diversidad en donde puede tener varias actividades en un mismo sitio.

Rioverde es un producto turístico ya que consta de un conjunto de recursos tangible e intangibles que lo hacen atractivo para los turistas. Cuando el usuario visita Rioverde accede a un sitio específico en donde vive una combinación de actividades.

El producto turístico tiene como objetivo generar un atractivo a los posibles usuarios, el hecho de que cada destino sea diferente le proporciona cualidades inigualables entre uno y otro, dando opciones variadas a aquellas personas que quieran acceder a ellos. Es por ello que la Ruta del Cacao debe ser capaz de ofrecer valores que no se puedan encontrar en otro lugar y cautivar a los turistas para motivar su regreso y la divulgación del mismo.

Rioverde como producto turístico tiene como propósito satisfacer las necesidades y expectativas de los turistas. El producto es un conjunto de atracciones y alojamiento, así que lo que se vende es la fusión de diversas actividades en un solo destino y cuenta con diferentes características que le dan un valor agregado, ya que hacen mejor el desplazamiento, el servicio y las atracciones de un lugar.

³ **Producto turístico:** es la combinación de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras que se ordenan de forma que ofrezcan unos beneficios a los clientes, consigan satisfacer sus necesidades y expectativas, y que estén disponibles para ser consumidos en el momento preciso. (Milio, 2004: 119)

| Elementos constitutivos del producto | Composición de los elementos | Detalle |
|--------------------------------------|------------------------------|---|
| Atractivos turísticos | Naturales | Topografía Flora Fauna Clima Paisaje |
| | Humanos | Cultura local |
| Facilidades turísticas | Alojamiento | Hoteles y moteles Albergues Campamentos |
| | Alimentación | Restaurantes Cafeterías Bares |
| | Recreación | Teatro, cine Deportes Paseos Excursiones |
| Infraestructura | Caminos y carreteras | Transporte terrestre |
| | Puertos | Transporte marítimo y fluvial |
| | Aeropuertos | Transporte aéreo |

Fuente: (Acerenza, 2004:23)

Los atractivos turísticos de un lugar en ocasiones se combinan entre sí y eso da como resultado un incremento en la actividad del lugar como destino turístico. Las facilidades turísticas permiten la permanencia en el sitio para disfrutar y participar del lugar, ampliando las posibilidades de estadía. Estas facilidades son indispensables para el desarrollo de un buen turismo. La infraestructura son las posibilidades que tiene el turista para acceder al destino. El conjunto de estos componentes hace más atractivo un sitio sobre otro para los turistas, cada individuo podrá observar que conjunto es el que más se adecúa con sus necesidades.

Rioverde dentro de sus atractivos naturales cuenta con ecosistemas marino costero, manglar, estuario de agua dulce, humedales, forestales, agrícolas, estas cualidades aportan con el desarrollo de la actividad turística. Además posee atractivos humanos de gran potencial, que brindan al usuario la oportunidad de conectarse con la cultura afroecuatoriana mediante la divulgación de su música, comida costumbres y tradiciones.



Fotografía: Stefanía Macías

La cabecera cantonal de Rioverde cuenta con un hotel, dos hosterías y dos hostales, pero actualmente se están incrementando debido al traslado del Ministerio de Deporte hasta este sector (Anexo6). Existen varios restaurantes donde se puede degustar la comida costeña, en especial el Cevicangre, plato típico de la zona, que consiste en un ceviche, encocado de cangrejo, coco helado y patacones. Los restaurantes en su mayoría se encuentran cerca al río Rioverde brindando un punto adicional a la estadía de los comensales.

El cantón se encuentra aproximadamente a 30 minutos de la ciudad de Esmeraldas y tiene conexión con la sierra con la vía que baja desde Ibarra, y por las vías de Santo Domingo y los Bancos. A 20 minutos del aeropuerto de Esmeraldas Rioverde es un lugar muy accesible para los turistas, brindando posibilidades que otros destinos no pueden.

Rioverde ofrece a sus visitantes diferentes actividades y lugares que hacen que su estadía sea más placentera. En el cantón existe un centro de recreación deportiva, y también atractivos naturales como la Bocana de Lagarto, Bocana de Ostiones, Manglares, Playa Rioverde y Playa Paufí.

Una de las actividades más relevantes en la estadía en Rioverde es la Ruta del cacao, que brinda a los turistas la oportunidad de conocer como se extrae el cacao, se procesa y se distribuye, mientras lo degustan y realizan actividades de

entretenimiento. Esta actividad está clasificada como agroturismo ya que estos servicios turísticos son prestados en las explotaciones agrarias, sin restar importancia a la actividad agraria habitual y principal.

Rioverde siempre se caracterizó por ser cuna de grandes representantes del espíritu esmeraldeño: “Libre por rebelde y por rebelde grande”, ya que en 1820 fue ahí donde se llevó a cabo el movimiento revolucionario que llevó al grito de independencia esmeraldeña. Manuel Lavayen, fue quién planeó la revolución. Él organizó la gesta junto con el párroco Ramón Estupiñán, Manuel Muriel, Ramón Tello y José Mosquera, quien luego los traicionó. La noche del 4 de agosto de 1820, un grupo de héroes invadió el poblado con gritos de: "Muera el tirano". "Abajo los godos" y tomaron el cuartel real apresando a las autoridades. A la mañana siguiente, el 5 de Agosto de 1820, Rioverde había proclamado su libertad (Loor, 2008:34).

La cultura esmeraldeña siempre se caracterizó por tener muy vigente sus orígenes y transmitirlos de generación en generación por medio de leyendas como: la tunda, el riviel, el duende y la tacona, que en sus extraños relatos transmiten mensajes significativos a los niños.

La música y la danza también son parte esencial de la cultura esmeraldeña y se lo demuestra mediante la “marimba”, que no sólo es un instrumento musical, sino que es un baile representativo de la fiesta típica esmeraldeña. La marimba va acompañada de otros instrumentos como el cununo, el guazá y el bombo. Esta danza es un baile delirante y apasionado, en el que se cuentan historias de su origen, sus momentos de alegría y de los pesares de la gente afroamericana para conseguir la libertad. Para este baile las mujeres usan faldas amplias, adornan sus orejas con grandes argollas, se cubren la cabeza con una pañoleta y agitan pañuelos al ritmo del baile. Los hombres llevan camisas de colores cálidos anudadas a la cintura, pantalón generalmente blanco y remangado hasta las rodilla, pañuelo y a veces sombrero. Hombres y mujeres danzan con los pies descalzos .

El consejo Provincial de Esmeraldas con participación del Municipio de Rioverde y la cámara de turismo asentada en el cantón, tienen como objetivo convertir al cantón Rioverde en un espacio turístico, en donde se desarrollen y divulguen sus atractivos principales, como son; las playas, manglares, bosque tropical, gastronomía y cultura; posicionándolo como un destino turístico importante dentro del Ecuador, ampliando los ingresos que se produzcan en la Provincia gracias a la actividad turística.

Como medio de explotación turística se ha desarrollado el Programa de Intervención Territorial Integral, en donde, aprovechando las buenas condiciones con las que cuenta el cantón, el potencial agrónomo cacaotero y la voluntad de los rioverdeños, se promueva la actividad turística del área. Este plan de desarrollo se denomina “La Ruta del Cacao” y consiste en la promoción de las haciendas cacaoteras del cantón, con el fin de convertirlos en un lugar de apreciación turística, en el que van a participar los agricultores como principales promotores del turismo, y fomentadores del agroturismo. Como medio de apoyo se ha unido la Usaid (Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional) que entregará botes, kayak y chalecos salvavidas para apoyar la actividad agroturística del sector. (Anexo 7)

1.2.4 El cacao en el Ecuador

El cacao es un fruto proveniente de un árbol con el mismo nombre, su nombre científico es el de *Theobroma cacao*, que proviene del griego “Theos” que significa Dios y “Broma” que significa alimento, este nombre fue acuñado debido a la importancia que tenía esta fruta para las antiguas culturas.



Fotografía: Stefania Macías

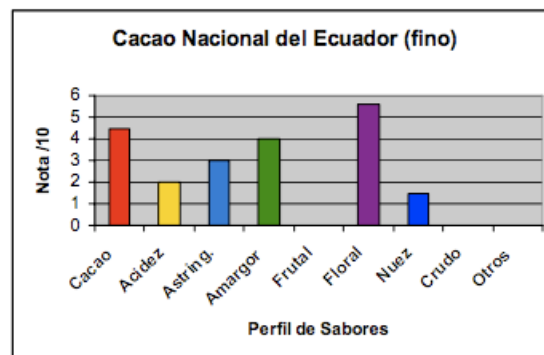
En la segunda mitad del siglo XVI fue tan rentable el negocio del cacao, que atrajo el interés de empresarios guayaquileños de cultivar este producto, a pesar de las prohibiciones establecidas mediante las Cédulas Reales. Ya en 1623, el Corregidor de Guayaquil, don Diego de Portugal, informa a la Corte de España que había un gran número de plantas sembradas en la provincia y que su producto era comercializado clandestinamente desde Guayaquil, primero por Acapulco y posteriormente, por prohibiciones desde España, salía por los puertos de Sonsonate en Nicaragua, Ajacutla

y Amapala en Guatemala. La producción y comercio clandestino desde Guayaquil en vez de detenerse, siguió en aumento, pero esta vez con envíos a Acapulco desde el Callao, lo cual motivó que el Cabildo de Caracas entre 1593 a 1778 elevara quejas y solicitudes al Rey y las Cortes para parar la producción y el negocio de cacao en Guayaquil, pero sin tener éxito. Finalmente, en 1789, el Rey Carlos IV permitió, mediante Cédula Real, el cultivo y exportación de cacao desde la costa ecuatoriana. Según fuentes históricas, desde principios de 1600 ya habían pequeñas plantaciones de cacao a orillas del río Guayas y se expandieron a orillas de sus afluentes el Daule y el Babahoyo, ríos arriba, lo cual originó el nombre de cacao "Arriba" en el mercado internacional, que va ligado a su denominación de origen.(...) (Web: Ecuacocoa, 2012)

El cacao ha formado parte importante en el desarrollo económico del Ecuador desde siempre, ya que durante la época de la lucha por la independencia (1800-1822), generaba una exportación entre el 40% y 60% y pagaba más del 68% de los impuestos del estado.⁴

Actualmente el cacao ecuatoriano es considerado uno de los mejores a nivel mundial, y su exportación se encuentra en crecimiento debido a que más del 70% de la producción mundial de cacao fino de aroma se encuentra dentro de nuestro país, convirtiéndonos en el mayor productor de este fruto en el mundo. El cacao ecuatoriano tiene características que lo hacen diferente al producido en otros países, posee un sabor frutal almendrado, que lo hace único en su clase, sobresaliendo con su "sabor arriba".

Perfil de sabores de cacao sabor arriba



Fuente: ND,2012:

http://www.biotrade.org/ResourcesNewsAssess/Diagnostico_Cacao_Arriba_Ecuador.pdf

⁴ Fuente: ND, 2012: <http://www.gquirola.com/html/productos/cacao/index.html>

Los detalles del sabor y el aroma están relacionados con el correcto tratamiento después de la cosecha, además de las condiciones naturales del suelo, el clima y temperatura que se encuentra en la línea ecuatorial.

Esmeraldas es uno de los lugares preferidos para la producción de cacao de fino aroma que es exportado para México (Anexo 8), haciendo posible que para otros países el Ecuador se conozca como un país cacaotero por excelencia.

1.2.3 La Ruta del cacao: características y cualidades.

La Ruta del Cacao consiste en un recorrido a través del río Rioverde realizando diferentes paradas en las más representativas haciendas cacaoteras o en lugares de interés, donde los turistas tendrán la oportunidad de degustar de los platos típicos del lugar, observar los diferentes animales, y conocer acerca del cultivo de cacao. También se puede realizar el mismo recorrido vía terrestre, utilizando auto, bicicleta o a caballo.



Fuente: Consejo Provincial de Esmeraldas. CADPE. 2009

Como punto de partida de la Ruta se encuentra Rioverde que cuenta con playas en donde existe avistamiento de ballenas entre los meses de julio y agosto. Este lugar cuenta con lugares de distracción como son bares, restaurantes, la ciudad y el mirador en donde se puede observar el mar, la ciudad, los manglares, el río y el bosque tropical.



Fotografía: Stefanía Macías

Como segundo punto en la ruta se encuentra Vuelta Larga, sitio de gran gastronomía en donde existe la degustación de platos propios de la costa como: encocados, ceviches y como plato principal el Cevicangre, plato que consiste en un encocado de cangrejo acompañado por ceviche, patacones y un coco helado. Este lugar nos brinda una preciosa vista del río convirtiéndose en un lugar de relax para los turistas.



Fotografía: Stefanía Macías

Los siguientes lugares a visitar son las haciendas cacaoteras que se encuentran en El Alto, Guayabillo y San Vicente, en donde se mostrará a los turistas como se cultiva y se mantiene el cacao antes de enviarlo a la planta procesadora. En estas haciendas los turistas tendrán la oportunidad de pasear a caballo y acercarse a la flora del sector.

En el recorrido terrestre entre haciendas existe el “Camino de las mariposas”, en donde se encontraran varias especies de éstas sobrevolando el lugar, brindando un colorido espectáculo.



Fotografía: Stefania Macías

Como siguiente lugar de visita se encuentra Chontaduro, lugar en donde se cosechan los árboles del fruto del mismo nombre, que se degusta habitualmente cocinado. La miel, la sal y algunas veces el limón, son un excelente acompañante y generan una gran satisfacción al paladar. Su color rojo o naranja y su textura seca son una combinación irresistible, para aquel que desee experimentar una aventura gustativa.



Fotografía: Stefania Macías

Y como último punto del recorrido se encuentra Chumundé lugar en el que se asienta la planta procesadora de cacao, a donde todas las haciendas cacaoteras del sector

llevan sus cultivos para que sean vendidos a grandes empresas. Aquí el turista podrá ver todo el procesamiento del cacao y degustar del delicioso aroma que se encuentra en el lugar.



Fotografía: Stefanía Macías

En este mismo lugar podemos encontrar el vivero de plantas cacaoteras, en donde se tienen más de 2000 matas listas para ser distribuidas a los diferentes agricultores de la zona e incrementar los sembríos en el lugar. El vivero es mantenido por los habitantes del lugar que quieren generar más producción no sólo como para aportar en el área agrícola sino también turística.



Fotografía: Stefanía Macías

La ruta del cacao ofrece al turista un tour gastronómico y cultural, ya que brinda la posibilidad de degustar los platos típicos de la costa, disfrutando de la variedad del paisaje y de la amabilidad de la gente de este sector, que se encuentra muy interesada en el desarrollo del turismo ya que les proporcionará la oportunidad de contar con mayores ingresos económicos y aportarán también en mejorar la infraestructura local.

Rioverde tiene gran potencial turístico y se plantea mediante el desarrollo de este proyecto generarle una nueva imagen, en donde se pueda crear una alternativa de desarrollo, no sólo para el cantón sino para la Provincia, generando un nuevo lugar turístico de explotación nacional.

Dentro de las actividades que incluye La Ruta del Cacao se encuentran:

- **Recreativas:** Bicicleta, cabalgatas, navegación (creación de una barcaza que recorra la extensión del río Rioverde), etc.
- **Gastronómicas:** Alimentos en base al cacao, jugos, chocolates, cevicangre, etc.
- **Ecológicas:** Limpieza, reciclaje, que les permitirá ir creando un sistema de buenas prácticas a la par del desarrollo, fortaleciendo la marca de la Ruta del Cacao como un sello de certificación turístico local.
- **Turismo Natural:** Observación de diferentes especies de insectos, aves y animales salvajes.(Se amplía en el apartado 1.2.1)

1.2.4 Marketing turístico y comunicación estratégica.

Dentro del desarrollo de una buena actividad turística forma parte primordial el marketing⁵, ya que a través de él se puede establecer las relaciones entre los usuarios y el producto turístico.

El marketing turístico es un conjunto de técnicas y medios orientados a revelar, crear y analizar las necesidades del usuario para formar, proyectar y mantener en el mercado un producto idóneo en cuanto a la calidad, la forma, el lugar y al precio para satisfacer una necesidad.(Acerenza,2005:13)

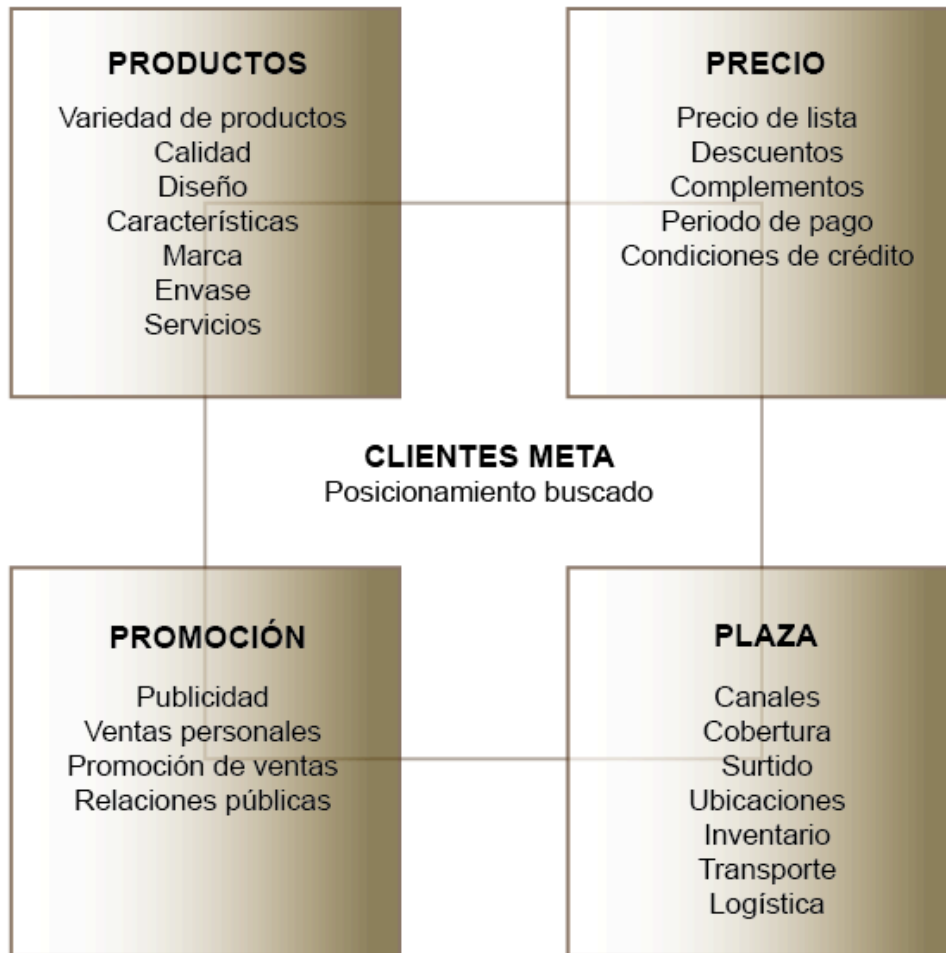
⁵ **Marketing:** El proceso de planificación y llevar a cabo el diseño, la fijación de precios, la promoción y la distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan los objetivos individuales y organizacionales (Acerenza, 2004:14).

La promoción, junto con el precio, el producto y la plaza(4ps), conforman la mezcla de marketing. Como menciona Philip Kotler “la mezcla de marketing es el conjunto de herramientas tácticas controlables de marketing que la empresa combina para producir la respuesta deseada en el mercado meta. La mezcla de marketing incluye todo lo que la empresa puede hacer para influir en la demanda de su producto” (Kotler, 2003: 63). En el caso del cantón Rioverde si lo consideramos como producto turístico se utilizarían las 4p como bases de la promoción turística, brindando un precio justo, por un buen producto en una plaza atractiva.

El buen uso de la mezcla de marketing llevará a generar el resultado deseado que es el incremento del turismo en el cantón rioverdeño, pero para esto se debe tener un concepto de los elementos que componen el marketing mix.

De acuerdo al libro de Fundamentos de marketing de Kotler se han generado las siguientes definiciones y éstas se han adaptado para el desarrollo de este proyecto:

- **Producto:** es la combinación de bienes y servicios que la empresa o lugar ofrece al público objetivo. En este caso específico el producto es Ruta del cacao y sus atractivos y servicios turísticos.
- **Precio:** es la cantidad de dinero que los usuarios deben pagar para obtener el producto. Por ejemplo: cuando el turista accede a Ruta del Cacao debe pagar por el traslado, las estadía y los servicios que se le brindan. Este literal no se desarrollará dentro de este trabajo, ya que no es un área que compete al Diseño Gráfico.
- **Plaza:** Es el público objetivo, es un grupo o segmento de usuarios que potencialmente irán a Rioverde y en especial a la Ruta del Cacao y se encuentran dispuestos a pagar por el producto.
- **Promoción:** son las actividades que comunican las ventajas del producto y lo que logra que los consumidores quieran acceder a él.



Fuente: Kotler, 2003: 63.

Para el desarrollo del presente TFC nos enfocaremos en la promoción turística, sin olvidar a la plaza y al producto. La comunicación para los productos turísticos es de gran importancia debido a su intangibilidad. La promoción consiste en el traslado de información entre el promotor y el usuario, en donde se trata de despertar su interés y manejando actitudes que lleven a persuadir al usuario a conocer el producto.

Así se puede decir que la promoción es el conjunto de elementos que se comunican a los posibles usuarios, con el fin de mostrar un mensaje y tratar de influir favorablemente en ellos acerca del producto ofrecido. Dentro de la promoción influyen los siguientes elementos:

- Un sujeto emisor: Aquel que representa al producto turístico, en este caso La Ruta del Cacao.
- Un mensaje: Contenido capaz de ser comprendido por el público al que se

dirige y que patrocina el producto: Es lo que se comunica al público objetivo.

- Un receptor: El posible usuario del producto, es aquel a quien va dirigido el mensaje.
- Unos instrumentos: Técnicas para alcanzar los objetivos definidos. Aquí se incluyen la marca corporativa, las relaciones públicas, entre otros.
- Unos medios humanos y tecnológicos: Son los soportes de transmisión del mensaje.
- Una respuesta: Esta es la contestación que brinda el posible usuario que puede ser positiva o negativa, de acuerdo a que tan eficaz allá sido el mensaje, los instrumentos y los soportes de transmisión. (Planells, 2004:162)

El cometido de la comunicación consiste en transmitir de la manera más eficaz el mensaje elegido al público objetivo, a fin de que éste reaccione favorablemente y adopte la decisión de comprar. Se necesita por tanto que la comunicación llame la atención sobre el mensaje, interese y acabe desencadenando el deseo de consumir el servicio. Es decir, que los objetivos de la comunicación se deben desarrollar a lo largo de todo el proceso de la conducta del consumidor, tanto en la fase anterior a la necesidad del servicio como en la posterior a ésta.. (Planells, 2004:162)

La comunicación para este sector debe estar enfocada en la atracción de clientes y/o usuarios del mercado potencial, generando una promoción que genere notoriedad con respecto a la competencia, cuyo objetivo es dar a conocer el producto de La Ruta del Cacao y los servicios que ofrece. Estas acciones son de posicionamiento que intentan destacar determinados atributos que brinda el producto, para que el usuario las tenga en mente cuando deba tomar una decisión de compra.

Para ellos se deben utilizar los siguiente instrumentos de comunicación:

- Capitalizar al máximo el boca-oreja
- Crear símbolos tangibles que identifiquen claramente el servicio
- Que el servicio ofrecido sea comprendido por el posible usuario.
- Mantener una continuidad temporal que logre que el mensaje llegue al consumidor.
- Generar seguridad en la expectativa del cliente. (Planells, 2004:162)

Para el desarrollo de la propuesta para la promoción turística se utilizarán también algunos aspectos de la comunicación estratégica que permitirá determinar las acciones que se deben cumplir para lograr los objetivos. La comunicación estratégica

requiere de planificación, es decir el proceso por el que una entidad, analiza su entorno, establece sus objetivos a corto y largo plazo y escoge las estrategias más adecuadas para lograr dichos objetivos.

Según Daniel Scheinson, este tipo de comunicación comprende los siguientes niveles de acción:

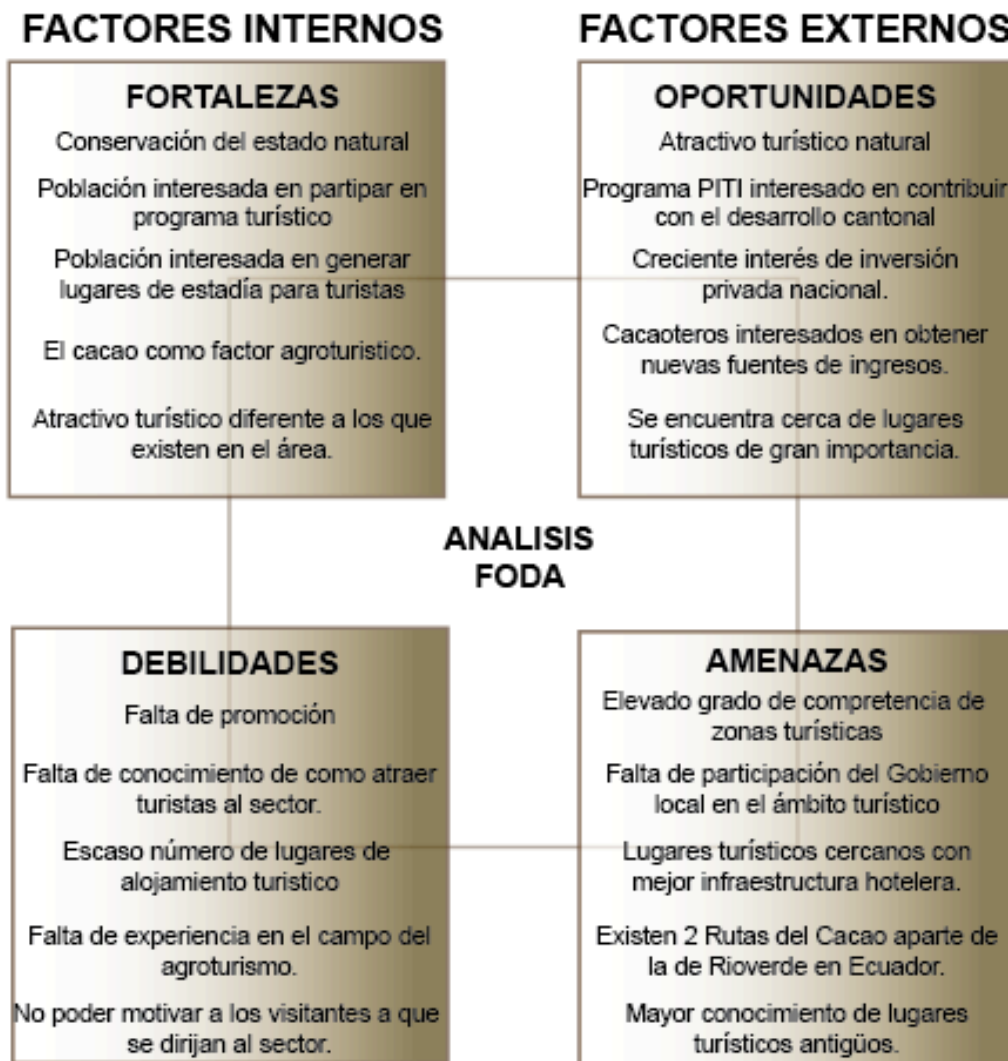
- **Estratégico:** es un plan de acción en donde se toman decisiones no estructuradas y donde se define cuales son los problemas, que se tiene para solucionarlo y que se necesita. En el caso de este proyecto estaríamos hablando de la parte inicial en donde se presenta un problema, como por ejemplo la falta de promoción turística de Rioverde, se indaga cuales son las posibles soluciones y se trata de establecer cuales son los elementos que conforman el problema.
- **Logístico:** en esta etapa se hace un estudio de la información de Rioverde, y se buscan elementos que contribuyan a la resolución del problema, buscando cumplir con los objetivos establecidos desde un principio.
- **Táctico:** consiste en la mejor utilización de los recursos, así como escoger el momento y lugar adecuado para su divulgación. Estos medios son diseñados para alcanzar los fines pertinentes, para llegar a solucionar el problema existen medios que contribuyen como: Publicidad, relaciones públicas, promoción, difusión turística, literatura, papelería, heráldica corporativa, actos, auspicios, etc. El cantón rioverdeño necesita para llegar a cumplir el objetivo el desarrollo de promoción turística, en donde se utilice la divulgación en ciertos medios.
- **Técnico:** se refiere a todas las actividades operacionales que se necesiten para lograr que la etapa táctica se lleva a cabo. (Scheison, 2009: 93)

1.3 Diagnóstico para la propuesta gráfica y promoción de Rioverde.

1.3.1 Análisis FODA de la promoción turística actual.

A partir del estado situacional antes presentado y después de analizar la información se procedió a realizar el siguiente análisis FODA de la Ruta del Cacao como atractivo turístico (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas). Esto permite ordenar todos los aspectos que caracterizan el turismo en Rioverde y así poder reconocer cuales son los mejores medios para proceder en el proyecto.

De acuerdo a los temas abordados anteriormente se ha procedido a dividir los aspectos en 2 para que sea más objetivo el análisis: Los factores internos y los factores externos.



A partir del análisis FODA podemos determinar tres escenarios:

- **El escenario actual:** En la actualidad existe un lugar con potencial, pero que aún no ha sido utilizado turísticamente, en donde la carencia de promoción imposibilita la visita de turistas y posibles inversionistas. El cantón posee poca infraestructura hotelera pero cuenta con interés de los lugareños de producir y mantener el ambiente natural en sus actuales condiciones.

El amplio conocimiento agropecuario que poseen los habitantes es una ventaja con la que cuenta el cantón, ya que a pesar de no tener conocimientos de

turismo se encuentran comprometidos en generar una nueva alternativa de producción.

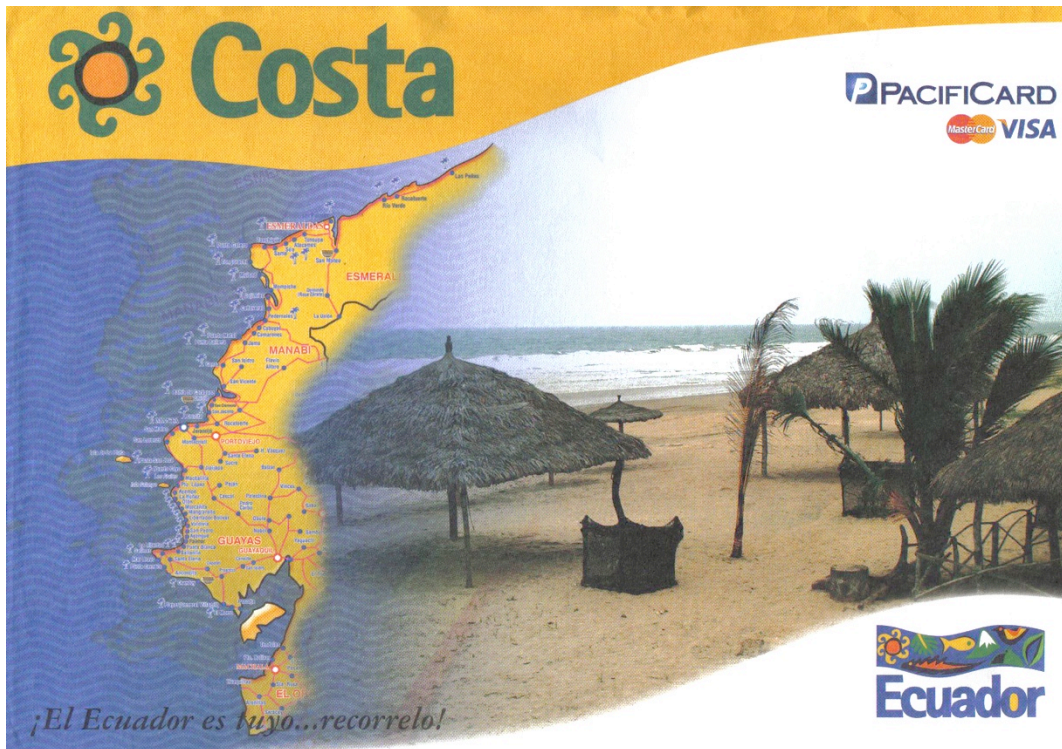
- **El escenario futuro ideal:** Una visión utópica de lo que se espera de Rioverde y la Ruta del Cacao con la creación de un sistema promocional, es que se convierta en el lugar turístico más visitado del Ecuador. Que se atraiga a inversionistas que generen la infraestructura hotelera necesaria para albergar a 10000 turistas (Se toma el número 10000 debido a que en el último feriado se registraron 30000 visitantes en la principal competencia turística del sector, Atacames⁶), en donde se pueda mantener el control de los visitantes y conservar el ambiente Rioverdeño apacible y relajante para aquellos que quieran disfrutar de la naturaleza.
- **El escenario futuro realista:** Después de generar un sistema visual para la Ruta del Cacao se espera incrementar el número de personas que conocen y quieren acceder a Rioverde, también atraer a futuros inversionistas y generar una nueva alternativa de producción cantonal.

1.3.2 Falencias de la promoción turística actual.

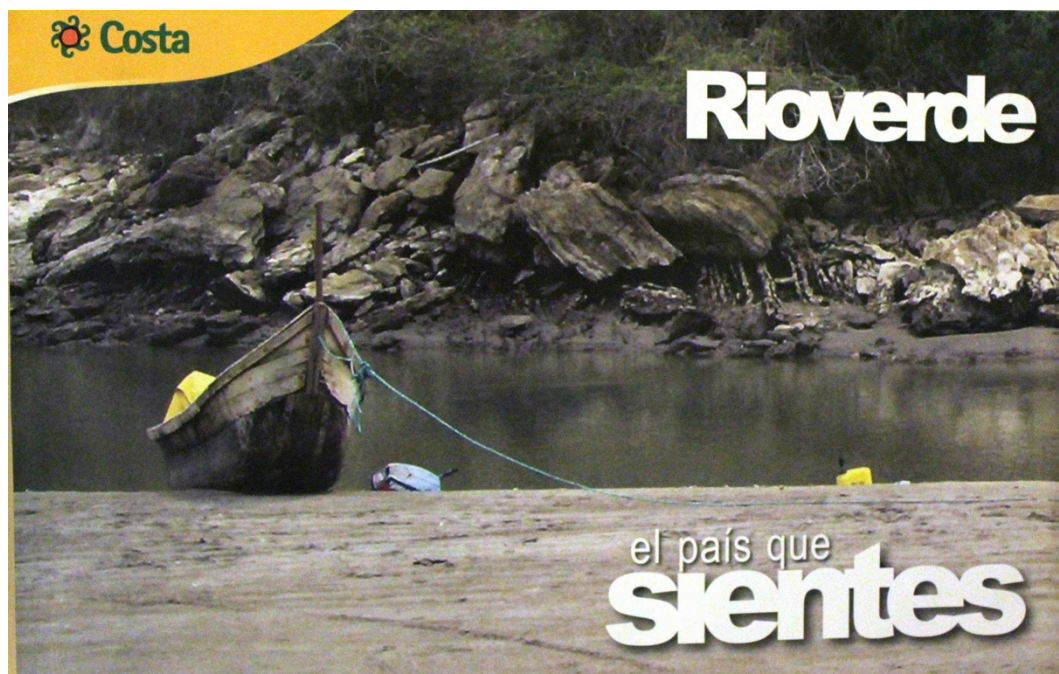
Actualmente existe una deficiencia con respecto a promoción turística de Rioverde y de la Ruta del Cacao específicamente, ya que al ser un proyecto nuevo no se ha planeado una campaña que muestre la relevancia y las características que posee el sector.

Dentro de la promoción que se ha generado por el Ministerio de Turismo para el cantón se incluyen afiches, en donde se muestran imágenes del lugar, y características propias de toda la provincia esmeraldeña, pero que no resaltan las propiedades del cantón rioverdeño.

⁶ Fuente: ND, 2011: http://www.elcomercio.com/pais/turistas-pudieron-disfrutar-cambio-alerta_0_534546632.html



Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador



Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador

También se han realizado trípticos descriptivos de las características del cantón Rioverde que incluyen información como: ubicación, distribución, clima, atractivos turísticos, gastronomía, artesanía, cultura y mapa. Pero que resaltan medianamente sus atractivos logrando que sólo sea un medio de información más no de persuasión para el usuario.

INFORMACIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN RIOVERDE

Rioverde

El Cantón Rioverde se encuentra ubicado al norte, a 58 Km de distancia de la ciudad de Esmeraldas. Se encuentra bañada por el Océano Pacífico y las verdes aguas del río que lleva su mismo nombre, pero con la creación del puente que parte desde Esmeraldas hasta Tachina la distancia se acortará.

Rioverde es un Cantón encantador que se caracteriza por su tranquilidad y gentileza de sus habitantes, goza de hermosos paisajes, playas exuberantes, y su principal actividad económica es la pesca.

Rioverde posee 1480 Km² de superficie, con una población de 29650 y su cabecera cantonal 2830 habitantes. El clima del cantón es cálido húmedo, con una temperatura media de 25°C. Está conformado por las parroquias de Rioverde (cabecera cantonal), Rocafuerte, Montalvo, Lagarto, Chontaduro y Chumundé.



RESEÑA HISTÓRICA

Rioverde:



Una encantadora ciudad, caracterizada por su tranquilidad y gentileza de sus habitantes; lo constituyen dos áreas integradas y diferenciadas al mismo tiempo, y que se separan por el puente sobre el río Rioverde, la una es Palestina, y la otra es Rioverde; en ambos casos gozan de un gran paisaje ya que la desembocadura del río Rioverde, ofrece una gran bahía, playas en su entorno y servicios turísticos, hay hosterías y comedores. El Recinto Vuelta Larga, un claro ejemplo de turismo comunitario, con la participación de 11 familias del sector crearon el Proyecto de Cevicangie, donde ofrecen a propios y extraños variedad de platos típicos, pero el más conocido y apetecido por quienes ya han degustado de este plato es el cevicangie, una combinación de ceviche de camarón con encochado de cangiejo, aquí también se hacen recorridos en lancha a lo largo del manglar.

Rocafuerte:



Esta es la comunidad más poblada e importante de Rioverde, luego de la cabecera cantonal Rioverde, es una población en donde la actividad pesquera es la más importante. La playa de Rocafuerte ubicada a 7 km. de la cabecera cantonal.

África:



Perteneciente a la parroquia Montalvo; posee una extensa playa de 3 kilómetros, a 13 minutos de la carretera, rodeada de montaña y bosque húmedo tropical, ofrece uno de los paisajes más hermosos cual es la combinación de playa y bosque; son muy pocos sus habitantes. Sin embargo de las limitaciones, existe alojamiento para turistas de todo el mundo, que se sienten reconfortados por lo primitivo del lugar; este hospedaje cuenta además con un museo arqueológico, y su propietario un sabio negro llamado Arquímedes Simistera, quien es un buscador de identidades y contador de leyendas. En este sitio encontramos además las misteriosas cuevas de "León Valdés" con sus inmensos laberintos de centenares de metros, cuevas de metafísicos, aventureros y curiosos.

En África encontramos también tolas antiguas, los lugareños afirman haber identificado al menos 165 tolas; se dice también sobre la existencia de 2 galeones hundidos en la zona denominada "Peñero". África es un lugar de leyendas, sueños ancestrales, paisajes de soledad y misterio.

Paufi:



Una playa de 600 metros de extensión, playas de mucha tranquilidad y de gente amable como lo son todos los habitantes del cantón Rioverde; se encuentra a 3,3 Km. de la vía principal; fácil acceso; tiempo de recorrido desde la Panamericana 15 minutos.

Bocana de Ostiones



Se encuentra a 4,5 Km. de la vía principal; fácil acceso, tiempo de recorrido desde la Panamericana 10 minutos.

Encontramos en este lugar a la Cooperativa "Langostiones" cuyo presidente es Carlos Cuero, esta cooperativa cuenta con un hospedaje para turistas, desafortunadamente inconcluso; sin embargo siguen trabajando en el desarrollo del turismo, que han considerado una nueva fuente de desarrollo, sus playas son extensas y su gente amable; en todos estos sitios destaca la sabrosa comida, las riquezas marinas se transforman en platos variados y muy apetitosos.

Bocana de Lagarto

extensa playa, se encuentra a 2,2 Km. de la vía principal; fácil acceso, tiempo de recorrido desde la Panamericana 10 minutos.

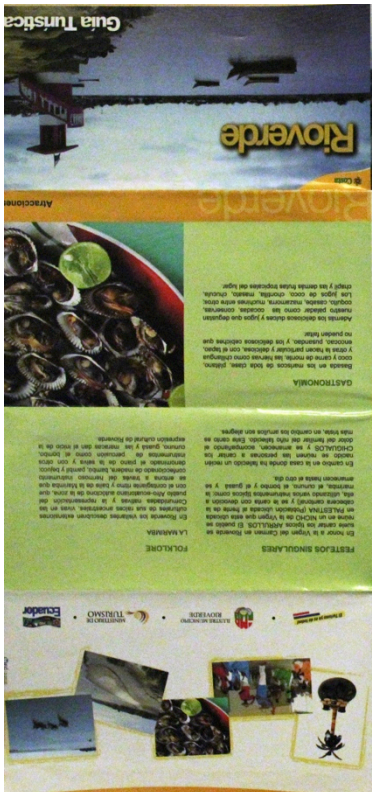


* BOCANA DE LAGARTO

INFORMACIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN

Rioverde





Esta península estuvo fue cuna y albergue de las expediciones que llegaron a estas tierras por mandato del rey de España.

Rioverde es principio de la historia de Esmeraldas que arranca de tiempos para la independencia de las demás provincias y del Ecuador entero.

En su gesta histórica del 3 de Agosto de 1820 se destacaron los patriotas Manuel Lora y Jello que junto al sacerdote Ramón Estigarribia organizaron la gesta libertaria que repercutió a lo largo y ancho del país y Latinoamérica.

La villa de Rioverde gracias a la gestión de un grupo de comerciantes, principalmente agudistas en la asociación de Rioverducos fundados en Esmeraldas, logró la cantonización.

LÍMITES. El cantón Rioverde limita de la siguiente manera:
 Norte.- El océano Pacífico.
 Sur.- Cantón Cotacachi en los ríos Pícol, Pambalil y Draiguala.
 Este.- El campo Elly Alfaro, en el sector del Venado y Anahuay.
 Oeste.- Cantón Esmeraldas en el sector Cayahual (Est. Cayahual).

SUPERFICIE. 1.480 Km²

FECHA DE CANTONIZACIÓN. - El 22 de Julio de 1996 Acuerdo No. 123. Registro Oficial

ECONOMÍA. - Destacan las siguientes actividades: pesca, agricultura, ganadería y turismo.

Su vegetación verde y el hermoso color de sus aguas de mar y río dan el nombre del Cantón más joven de la Provincia esmeraldina, que se encuentra ubicado en el centro norte de la misma con una extensión de 1.480 Kilómetros, una población que supera los 30.000 habitantes, con sus cabeceras Cantón como es Rioverde y sus parroquias rurales de Chontabul, Chumundi, Rocafuerte, Mondatón y Lagarto.

Por acá se da la historia desde la Capital Esmeraldina a 64 Km, por la vía que nos conduce hacia los cantones de San Lorenzo, Elly Alfaro y la Provincia de Imbabura.

Hermoso paisaje que cuenta con su historia de ser Cuna de la Independencia Esmeraldina, folklore, gastronomía y turismo.

Localización

Datos generales del Cantón

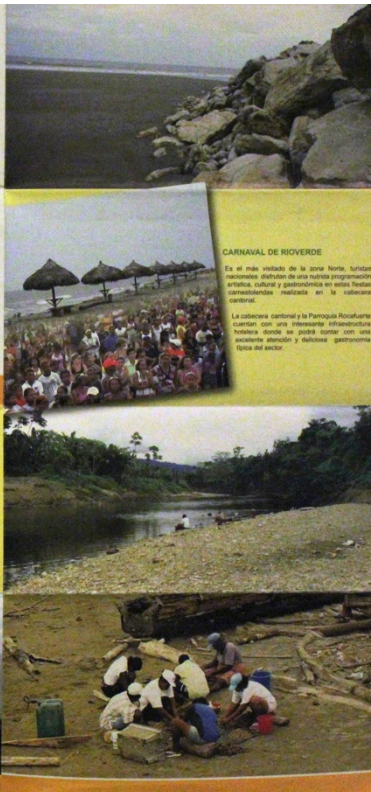
RIOVERDE
 Playa abierta con una extensión de 800m, donde se encuentra la desembocadura del río Venado. Lugar caracterizado por una playa limpia donde se realizan eventos familiares de gran significado como es el Carnaval, el cual incluye la música, arte y baile.

CABUYAL Y PERAS BLANCAS
 Cuenta con una zona de plantación de mango de más de 100 hectáreas, entre CABUYAL, PERAS BLANCAS, en una zona donde se realiza la producción de gran cantidad de productos agrícolas.

ROCAFUERTE
 Ubicado a 7 Km. de Rioverde la zona de playa se encuentra en la zona de la actividad pesquera, donde se encuentran los pescadores que trabajan en la zona del Cantón que es su patrimonio y se lanzan al mar para mejorar sus condiciones de vida, desde el amanecer hasta el caer de la tarde, donde se encuentran los pescadores que trabajan en la zona de la pesca que son a la hora.

PLAYA DE AFRICA
 Ubicada en la parroquia de Mondatón, es amplia y en estado natural, tiene de gran belleza de color que la hacen encantadora y mágica, perfecta para desarrollar un turismo de aventura y ecoturismo.
 Es conocida a nivel local por estar una cueva llena de magia llamada "Luchu" debido a los encuentros pitagóricos realizados por los primeros habitantes, quienes de que se han encontrado vestigios de la cultura La Tota.

BOCANA DE OSTIONES
 Hermosa playa de 800 metros, lugar ubicado en el pueblo de Ostiones, cuenta con un bello paisaje



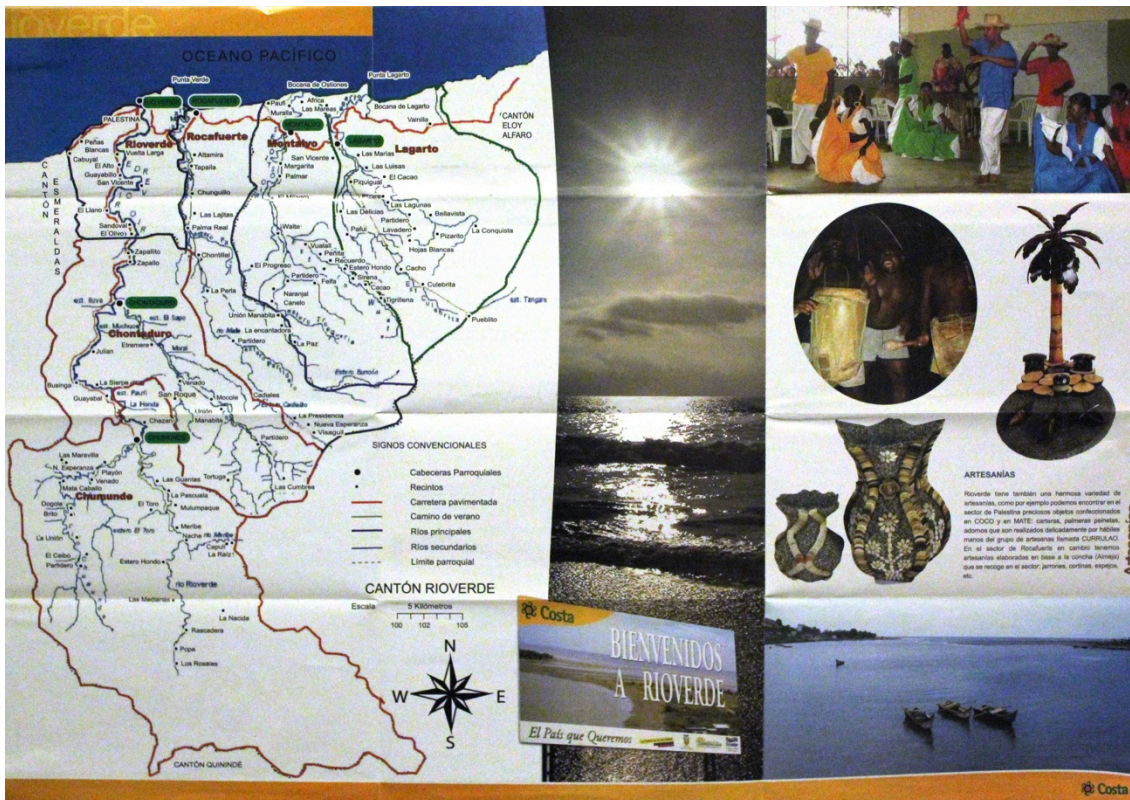
Historia

CARNIVAL DE RIOVERDE
 Es el más vistoso de la zona Norte, donde se realizan actividades culturales y gastronómicas en estas fiestas caracterizadas realizadas en la cabecera cantonal.

Localización

PLAYAS

BOCANA DE LAGARTO
 Es uno de los lugares escénicos del Cantón, provincia de Esmeraldas y formación de acuario natural de manglar, su extensión abarca 400 hectáreas, ubicada en la zona de la parroquia de Rioverde, su principal atractivo es la pesca artesanal.



Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador

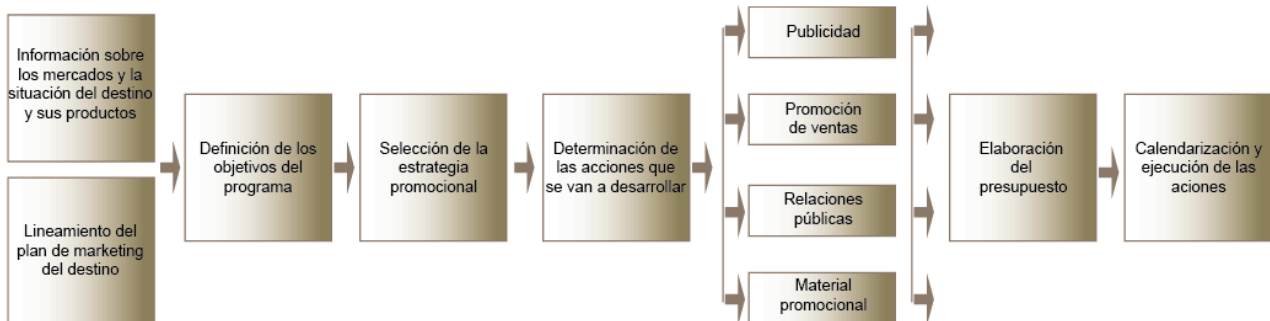
Se puede mencionar que también dentro de la promoción generada por el Ministerio de Turismo acerca del cantón Rioverde se ha trabajado en mapas que describen la Ruta del Spondilus y en la que se incluye a este cantón (Se muestra en el apartado 1.1.1).

Tras conocer los recursos promocionales con los que cuenta y al notar que son limitados, se debe trabajar en una fuerte campaña promocional que resalte los atractivos con los que cuenta el cantón.

1.3.3 El plan de promoción y propuesta del sistema gráfico.

Para que exista el desarrollo de un lugar turístico se deben tomar en cuenta ciertas acciones que determinarán que el plan de desarrollo se ejecute con éxito. El plan de promoción turística de este trabajo se ha basado en el libro de Miguel Ángel Acerenza, "Promoción turística: Un enfoque metodológico". Se escogió esta metodología ya que además de proveer todas las características necesarias para el desarrollo de este proyecto, tiene la propiedad de ser flexible y permitir que en caso de requerir algún tipo de corrección en el desarrollo del proyecto, se pueda efectuar sin afectar el resto del trabajo.

Para la elaboración de un plan de promoción se deben tener en cuenta las necesidades de comunicación que tienen los usuarios, la situación del sitio turístico y sus productos, cual es el propósito de la acción promocional. Acerenza dentro de su investigación sugiere los siguientes aspectos para el desarrollo del programa de promoción (Acerenza, 2004: 47).



Fuente: Acerenza, 2004: 50

Información sobre los mercados, y la situación del destino y sus productos:

El primer punto que hay que considerar para la realización del programa de promoción es determinar el mercado prioritario al que va a ir dirigida la acción y cual es el potencial grupo humano que desee acceder al lugar; determinando sus necesidades, su ubicación demográfica, y cuales son las características que le atraen.

Esto se logra mediante un estudio no sólo del lugar a trabajar sino conociendo que tipos de turistas acceden al Ecuador, mediante la recolección de información concluyendo que clase de personas son los posibles usuarios de Rioverde (Esto se especificó en el punto 1.1.4). Esta información se la determinará a partir del Boletín de Estadísticas Turísticas del 2005- 2009, en donde se especifican los principales tipos de turistas que acceden al país; mencionando su lugar de procedencia, el medio de transporte por el que ingresaron al Ecuador y la clase de turismo que practican.

Las diferencias entre los usuarios muestran las variables que se manifiestan entre uno y otro desde ligeras preferencias hasta profundas necesidades, como por ejemplo mientras que los usuarios extranjeros prefieren visitar lugares en donde pueden conocer más de la naturaleza los turistas nacionales procuran encontrar lugares que les provean descanso y apartarse de las actividades rutinarias. De esta manera es preciso manejar esta diversidad de preferencias mediante un lenguaje visual completo

en donde se brinde la información clave. A partir de dichas preferencias y necesidades se debe escoger el medio de representación más apropiado para la mayor acogida de los usuarios, tomando en cuenta de que ninguna representación se puede ajustar a todos ellos, ya que sus necesidades varían y para brindar un servicio común a todo un sector, la necesidad ya no sería de un individuo sino de toda la localidad en la que se va a realizar la promoción turística.

Entre las carencias que tiene el cantón de Rioverde se encuentra la falta de promoción en su sector turístico y para lograr satisfacerla se debe considerar a los turistas que quieran acceder al lugar y también a los habitantes del sector.

Debido a la diferencia cultural entre los dos tipos de usuarios (nacionales y extranjeros) hay que tomar en cuenta las diferencias de idiomas, de hábitos, anatómicas y de conocimiento que poseen ambos. Para poder satisfacer las necesidades de los beneficiarios, se debe optar por el manejo de soluciones en la que estén involucradas las características de los clientes.

Luego de conocer a que mercado va a ir dirigida la acción se debe realizar un estudio de cuales son las cualidades del destino y que productos ofrece al usuario.

Después de conocer a fondo los atractivos turísticos con que cuenta el lugar a presentar y quienes son los posibles usuarios, se analiza cuales son los principales lugares en lo que hay que intervenir determinando en primer lugar las falencias con las que cuenta la promoción actual de Rioverde.

Como problemas principales se encuentran:

- La falta de un signo identificador visual representativo para el cantón Rioverde y para el punto específico de la ejecución de este trabajo “La Ruta del Cacao”.
- Carencia de promoción turística y difusión a nivel nacional e internacional en medios y lugares estratégicos.
- La no existencia de señalización turística y a su vez la dificultad de acceso de los turistas actuales para aprovechar al máximo del lugar.

Al determinar estos 3 puntos se puede tener una mayor apreciación de lo que hay que hacer para llevar a cabo la realización efectiva de este proyecto. En primer lugar se deben diseñar productos que involucren las características que necesitan los habitantes del lugar y los turistas, además de un tipo de promoción que sea capaz de

abarcar a un gran segmento poblacional, que aporte con el entorno y que no afecte al ambiente rico en vegetación.

Lineamientos estratégicos provenientes del marketing para cada mercado:

Luego de conocer que se ha finalizado la parte creativa, se lleva a cabo la elaboración de los materiales promocionales y se realiza una verificación en donde se determine si el trabajo de diseño responde a las necesidades de los usuarios, haciendo una pequeña encuesta entre los habitantes del lugar, las autoridades pertinentes y los posibles turistas.

Con estos resultados se corrigen posibles errores de diseño y se realiza la elaboración de todos los materiales y se procede a la distribución e implementación.

Para este Trabajo final de carrera sólo se llegará a la etapa de verificación de datos y corrección de errores, ya que este proyecto es de carácter personal y carece de financiamiento y tiempo para su completa ejecución.

Propuesta del sistema gráfico

Antes de la realización de la campaña promocional se deben elaborar un signo identificador representativo para la Ruta del cacao, en donde se remarquen las características distintivas del recorrido.

Para construir este elemento primero se deben identificar los conceptos que se van a encontrar implícitos dentro de su desarrollo.

En la investigación del presente trabajo se han podido determinar diferentes aspectos del cantón Rioverde y la Ruta del Cacao que deben formar parte en el desarrollo del signo identificador, desde aspectos relacionados con la historia, hasta los productos que se obtienen en este lugar.

Para el desarrollo del logotipo Ruta del Cacao de igual manera que como para la de Rioverde hay que seleccionar características que describan el recorrido, brindándole personalidad y mostrando sus principales atributos, entre ellas se encuentran la experiencia cultural, el río, el horizonte, la naturaleza alrededor de la experiencia y el cacao como elemento eje de la producción económica y cultural del sector.

De acuerdo a las características anteriores se va a definir el signo identificador gráfico⁷ que comunique visualmente un mensaje atractivo para el usuario y que pueda denotar las cualidades del atractivo mencionado.

A partir de los resultados en las encuestas y entrevistas se ha decidido generar un blog, en donde se reflejen las características de la Ruta del Cacao y en la que su interface sea capaz de no sólo brindar la información adecuada sino de cautivar al posible turista a visitar el lugar.

⁷ Signo identificador gráfico: Elemento que logrará la relación directa entre el lugar y la imagen presentada. Conceptualización del lugar a través de símbolos que lo representan.

CAPÍTULO 2:

En el presente capítulo se realizará el logotipo para la Ruta del Cacao, acompañado del sistema visual complementario, utilizando las herramientas de diseño que satisfagan las necesidades de los posibles turistas que accedan al cantón Rioverde.

2.1 Fases para el diseño del signo identificador gráfico de la Ruta del Cacao.

2.1.1 Requisitos de diseños.

Para partir con el desarrollo de los elementos visuales se ha decidido empezar con el proceso del elemento identificativo de la Ruta, ya que este es el eje principal del sistema y a partir de él se podrán desprender los conceptos que se desean utilizar para las demás piezas gráficas. Luego de obtener el elemento identificativo final se realizarán los otros elementos que forman parte del sistema gráfico.

Para poder comunicar mediante el diseño gráfico las cualidades y características que se encuentran dentro de la Ruta del Cacao, se ha realizado un estudio de los elementos que se pueden encontrar en el área con el fin de transmitir correctamente al usuario los valores adecuados.

Es por ello que se han determinado como requisitos de diseño la elaboración de un logotipo que identifique a la Ruta del Cacao, además de un lenguaje visual persuasivo que acompañe a la identidad y que comunique de forma precisa los atributos más pertinentes del recorrido a los usuarios.

Estos elementos de diseño deben compartir a cabalidad la identidad del recorrido es por ello que en primer lugar se analizarán los atributos del sector para generar un logotipo y a partir de él continuar con los otros objetos.

2.1.2 Elementos de identidad.

Para el desarrollo del signo identificador de la Ruta del Cacao se han considerado los aspectos más representativos del recorrido, además de transmitir sensaciones que permitan al usuario apropiarse del elemento identificativo.

Antes de llegar a la idea final se pensó en la utilización de elementos representativos del manglar como sus flores y hojas, además se pensó incluir los colores tradicionales utilizados en los trajes de marimba.



Fuente: ND, 2011:

http://documentacion.imacmexico.org/data/media/3/Flor_de_mangle_botoncillo_Reserva_Nacional_de_Invstigacin_Estuarina_Baha_de_Jobos.jpg



Fotografía: Stefania Macías

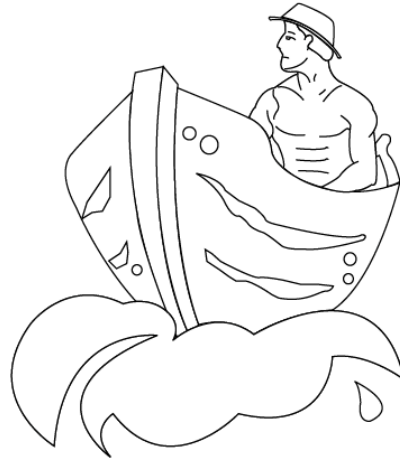
Pero se concluyó que el elemento principal es el recorrido a través de la Ruta que es el viaje en bote por el río Rioverde, y que al ser el elemento más representativo debería estar presente junto al cacao dentro del signo identificador.



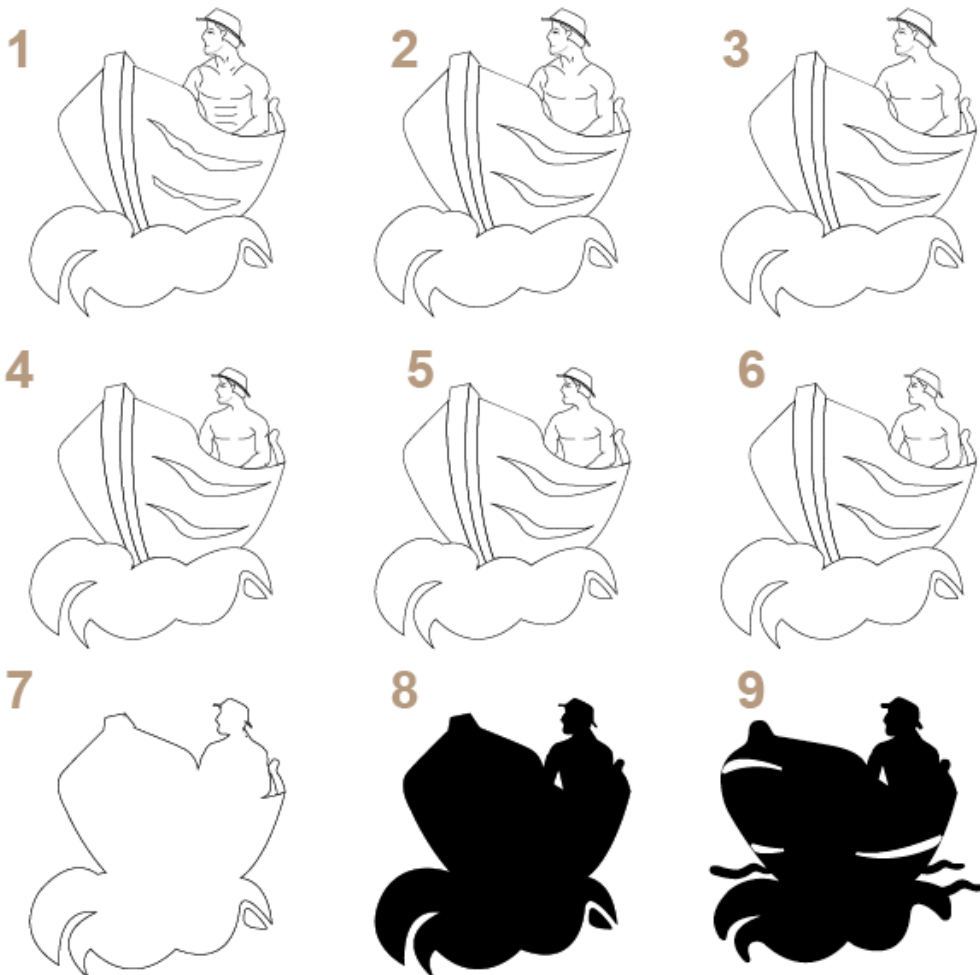
Utilizando esos dos elementos se generó un bote que tiene texturas y forma de cacao, en donde se enfatiza que durante el recorrido en bote se podrá tener un contacto directo con el proceso de cosecha, selección y procesamiento del grano.



Además se quiso realzar al hombre esmeraldeño que sale a trabajar en la mañanas y que mira con nostalgia a su hogar y a su tierra que lo ve partir. Es por ello que se agregó un hombre sentado en el bote con su rostro viendo hacia atrás como señal de ver el entorno y maravillarse con lo que encuentra.



Finalmente se trabajó en la simplificación de la imagen con el fin de que sea más fácil de capturar la atención del espectador y generar pregnancia. Luego se decidió que la mejor forma para la imagen sería convertirse en un solo elemento y que los detalles se encuentren en el contorno. Para simular las formas del cacao se han añadido tres líneas que generan la forma del fruto. Se adicionaron también tres líneas a los costados del bote semejando el rastro de agua que se genera por su movimiento.



Pero finalmente se concluyó que se deben simplificar las formas con el fin de que sea más fácil de identificar, además se incluyeron líneas dentro del elemento identificatorio para semejar más claramente a un cacao.

Se omitieron las olas de debajo del bote y se hizo un corte en diagonal con el fin de mostrar el movimiento de la embarcación sobre el agua.



Luego de definir la forma se ha decidido trabajar en la tipografía que debe tener características que simulen: tradición y vegetación y que además sea leible y legible. Es por ello que se ha seleccionado una tipografía con Serif y que sus terminaciones manejen formas orgánicas. Se ha procurado que sea una tipografía de altura de X alta y de forma redonda en sus caracteres para facilitar su lectura.

Palatino Linotype

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

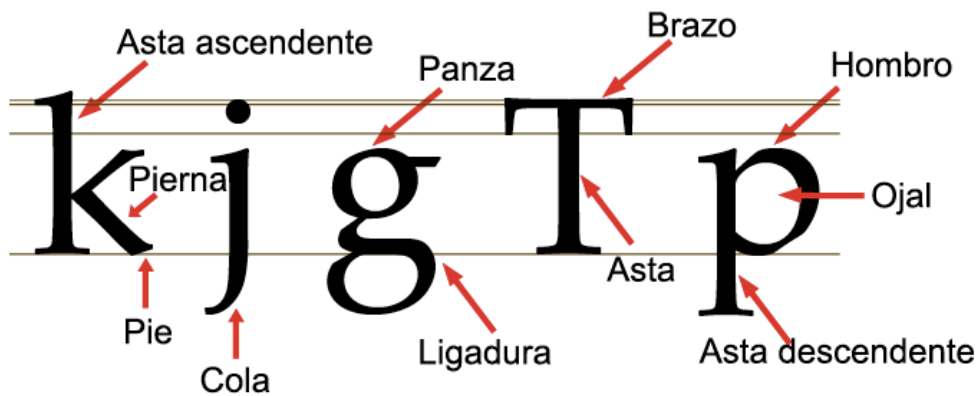
1234567890!"#\$%&'()*=?

Palatino Linotype - Regular

Palatino Linotype - Italic

Palatino Linotype - Bold

Palatino Linotype - Bold Italic



Legibilidad y facilidad de lectura, estos dos términos se usan con frecuencia como sinónimos, sin embargo, la legibilidad se refiere a la habilidad de distinguir un formato de letra de otro mediante las características inherentes al diseño de un tipo en particular, como la altura de la X, las formas del carácter, el tamaño del contorno interior, el contraste de las astas y el peso del tipo. La legibilidad del cuerpo de un texto queda reforzada por el uso de los cuerpos estándares, un interlineado equilibrado y la alineación apropiada. La absoluta claridad de la información unida a un mínimo de factores de interferencia es lo que crea un tipo legible. La facilidad de lectura se refiere a las propiedades de un tipo o del diseño que afectan a la capacidad de “entenderlo”. (Ambrose, Harris, 2005:104)

El texto fue probado en diferentes ubicaciones, pero se concluyó que la mejor posición para el texto debe ser dentro de la imagen generando equilibrio y contraste entre ellas.





La Ruta del Cacao

La cromática propuesta dentro del logotipo es un duotono, utilizando para ello dos tonalidades de café. Se tomó la decisión de utilizar estos colores debido a que son los más relacionados con la fruta y son los tonos que adopta el cacao en su etapa de maduración y secado.



PANTONE 111 M

C = 32,76 %

M = 37,94 %

Y = 100 %

K = 5,67 %



PANTONE 161 M

C = 43,33 %

M = 64,94 %

Y = 83,1 %

K = 43,8 %



La Ruta del Cacao

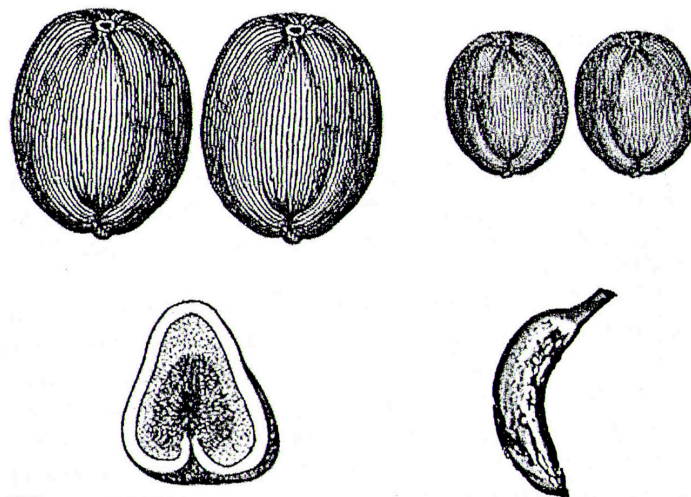
Para la aplicabilidad correcta de la marca se ha generado un manual de uso que se encuentra adjunto a este texto como documento digital y permite esclarecer cualquier duda acerca de su manejo. En este manual se encontrarán las restricciones de uso y cuales son las medidas y cualidades propias del logotipo.

2.1.3 Elementos del discurso visual.

Para la elaboración del elemento identificador de la Ruta del Cacao se ha usado la retórica visual, que es la organización empleada para conectar los distintos significados de un componente para generar un solo producto visual.

El término retórica visual, por el que se entiende un sistema de organización del lenguaje visual en el que el sentido figurado de los elementos representados organiza el contenido del mensaje. La retórica visual se utiliza cuando se quieren emplear ciertos elementos de la comunicación visual para transmitir un sentido distinto del que propiamente les corresponde, existiendo entre el sentido figurado y el propio alguna semejanza desde donde establecer una referencia. (Acaso, 2006: 93)

En primer lugar se utilizó la metáfora para sustituir una canoa por un cacao, debido a su relación de semejanza y para comunicar mediante esta representación de la parte fundamental del cacao dentro del recorrido.



Las frutas sustituyen los genitales masculinos y femeninos.

Fuente: Acaso, 2006: 95

Se han utilizado colores cálidos para simular el proceso por el que pasa el cacao desde que empieza a crecer hasta que llega a su punto de maduración, con el fin de relacionar directamente el logotipo con la fruta.

Además se ha utilizado la elipsis que es la supresión de algunos datos del mensaje, como por ejemplo el fondo dejando a un hombre viendo al horizonte pero donde el espectador debe completar la idea. La ausencia de un elemento de la representación transforma el significado de la imagen, ya que al omitir esa parte de la imagen se

consigue un mayor énfasis en los elementos que se encuentran presentes. Además se utiliza la misma figura al omitir los detalles que conforman la imagen y dejando simplemente los pliegues del cacao con el fin de resaltar su forma.



Eliminar los elementos claves del rostro en el retrato de una persona transforma su mensaje.

Fuente: Acaso, 2006: 102

A pesar de la utilización de estas herramientas retóricas, la significación que cada espectador le otorgue a la imagen depende de cómo organice su individual procedimiento de observación y comprensión. Cada persona puede percibir una imagen de manera diferente y eso se debe a la experiencia visual que tenga cada uno, ya que desde que nacemos nos encontramos expuestos a millones de imágenes que vamos almacenando en nuestra memoria a través de los años y que se convierten en la herramienta que se utilizará después para la interpretación de nuevas imágenes.

Las herramientas retóricas ayudan a que a pesar de existir diferencia de comprensión entre persona y persona se pueda tener una significación similar de la imagen creada.

2.2 Elementos de promoción visual de promoción turística de Rioverde.

2.2.1 Fase preliminar: Análisis

El diseño gráfico es un ordenador de comportamiento social que informando, persuadiendo, educando y administrando información logra llegar al usuario que se desea.

Para lograr el objetivo de comunicar a los posibles turistas se deben considerar los diferentes puntos de contacto que este va a tener con la promoción que se está generando. Es por ello que se ha realizado una línea de recorrido desde que el turista escucha del lugar hasta que accede al mismo, esto nos ayudará a esclarecer cuales son los puntos más importantes de interacción entre el usuario y la información, además de permitirnos realizar una relación entre cada uno de los elementos gráficos con el fin de que estos elementos individuales formen un sistema.

Puntos de contacto de publicidad con el Turista



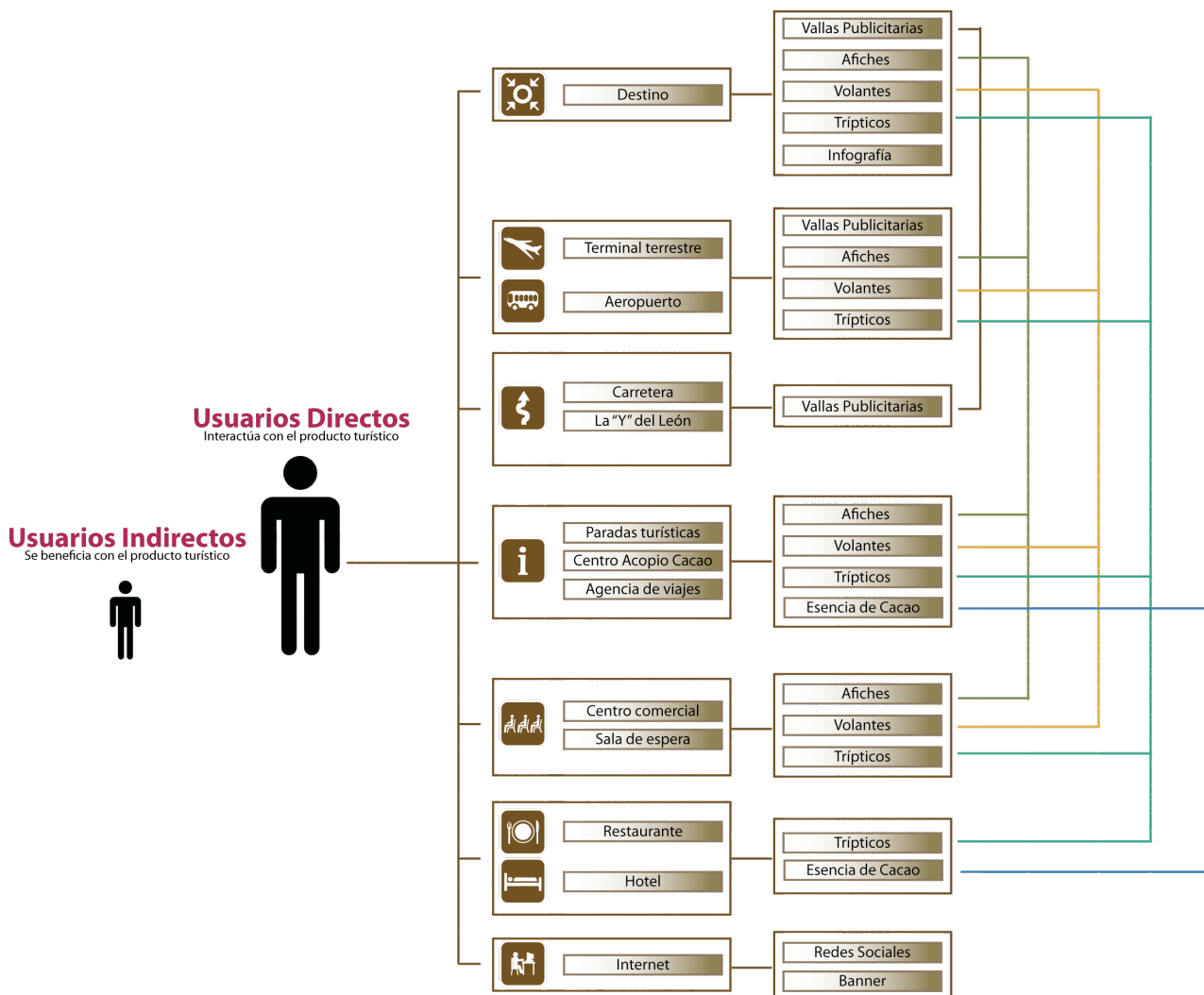
Fuente: Stefania Macías

Luego de tener claro el recorrido que realizarían los turistas se realizó una entrevista a las autoridades relacionadas con el proyecto y también a agencias turísticas con el fin de conocer cuales son los principales a intervenir y se obtuvieron los siguientes lugares:

- Aeropuertos
- Terminales terrestres
- Carreteras
- Centros comerciales
- Agencias de viajes
- Internet
- Restaurantes
- Hoteles

El hecho de que los lugares que se han seleccionado sean diversos no implica que los elementos de diseño que se van a elaborar sean numerosos, ya que un mismo objeto puede ser utilizado en dos o más locaciones.

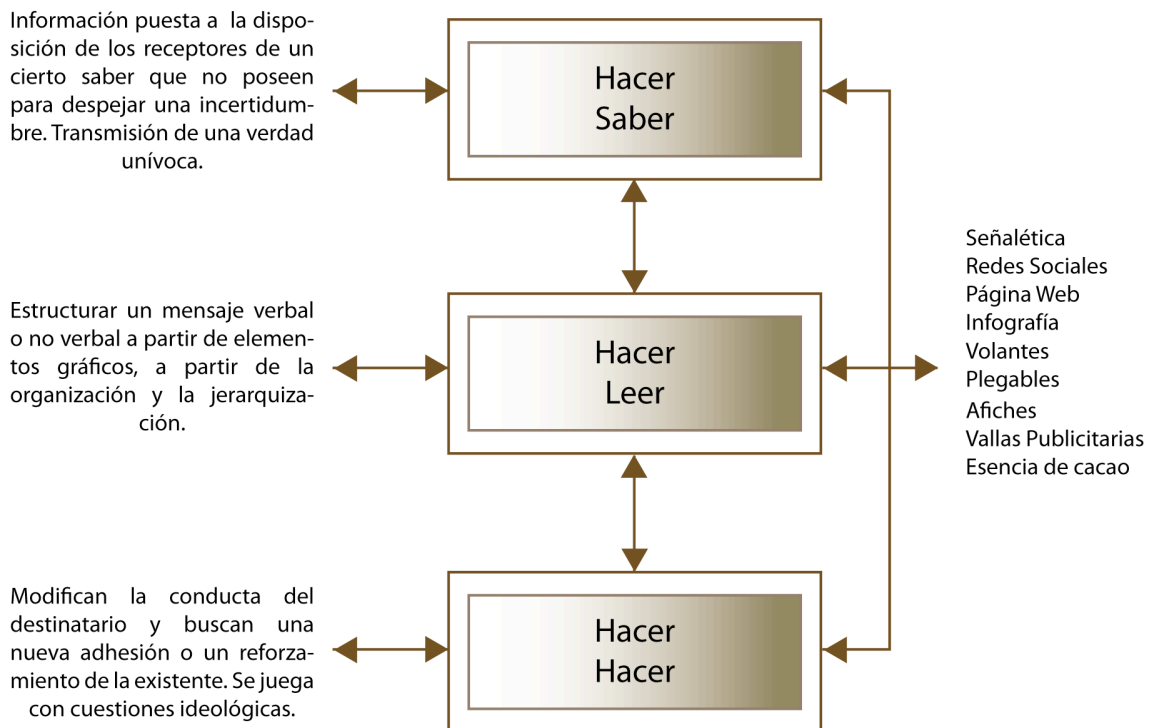
Para determinar que elementos se van a utilizar en las distintas locaciones y que objetos se utilizan en más de un lugar, se ha realizado una tabla que ayudará a definir la distribución de cada uno de los elementos de diseño que se van a generar. Estos elementos se han determinado en base a las necesidades de los usuarios principales, analizando cuales son sus acciones antes de acceder al lugar y en él, además considerando la comunicación estratégica desde el plano logístico, se ha realizado un análisis de cual es la información que se necesita para establecer los elementos de diseño utilizando aquí el comportamiento de los usuarios, es por ello que se debe conocer el recorrido que practica el turista. Luego desde el plano táctico se han seleccionado los puntos de impacto para los turistas para así llegar a un mayor rango de personas.



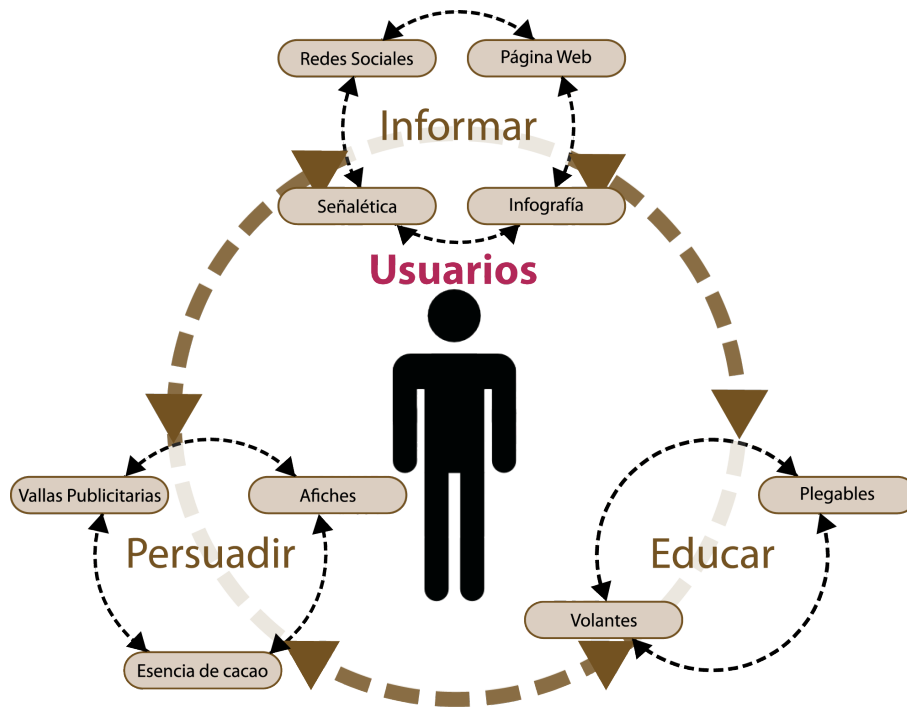
Las líneas de diferente color que se encuentran dentro del cuadro anterior muestra en donde se pueden reutilizar los elementos de diseño y así poder intervenir con la misma pieza gráfica en distintas ubicaciones.

Los elementos de diseño escogidos tienen una razón de ser dentro del sistema de promoción, existen elementos informativos y persuasivos que permiten transmitir el mensaje al receptor de diferentes maneras de acuerdo a la ubicación y tiempo de visualización que se tiene de cada pieza gráfica.

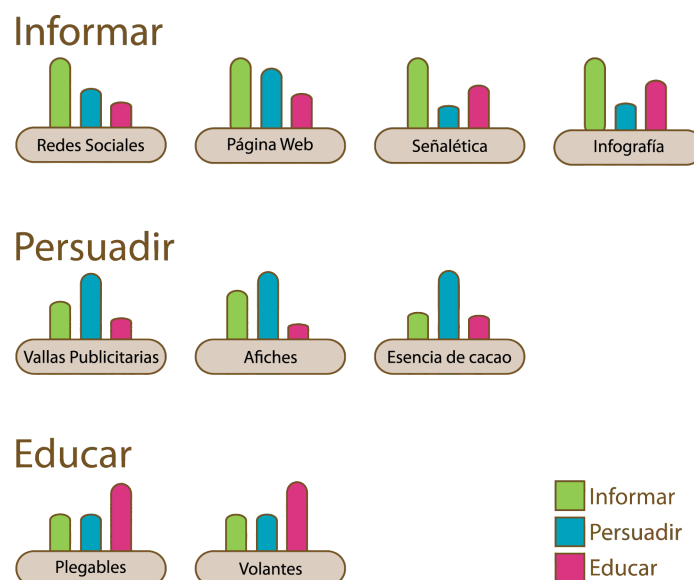
En la relación que existe entre la comunicación y el receptor se encuentran tres actitudes de regulación (Arfuch, 2005: 61) :



Todos los elementos de diseño cuentan con dichas actitudes de regulación pero en diferente proporción logrando que cada uno cuente con características únicas y que sean indispensables dentro de un sistema visual. Es llamado sistema ya que consta de elementos organizados que se relacionan entre sí con el fin de lograr un objetivo, en este caso el de promover y comunicar acerca del atractivo turístico de la Ruta del Cacao a través de la persuasión, de la información y de la educación.



Como ya se ha dicho anteriormente cada uno de los elementos cuenta con las propiedades de persuadir, educar e informar pero en diferente medida, por ello se ha realizado un cuadro basado en el contenido y en el objetivo con el que cumple cada pieza gráfica, indicando de las porciones de las cualidades.



Teniendo en cuenta que función va a cumplir cada pieza gráfica en el proceso comunicativo se considera imprescindible la participación de cada elemento para abarcar todos los lugares en los que nos encontramos interesados, generando

diferentes formas de comunicación ubicados en lugares distintos y con tiempos de visualización variados con el fin de llegar a los posibles turistas del sector.

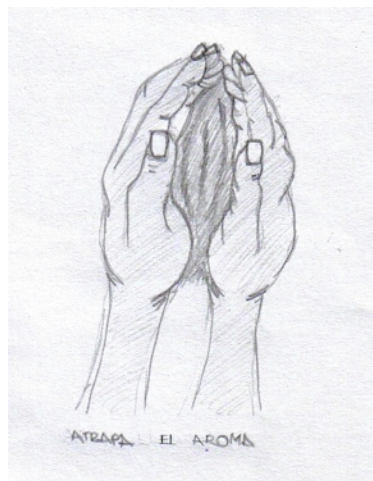
El sistema es abierto creando la posibilidad de incorporar más piezas y ampliar el impacto de la comunicación del usuario, pero se deben respetar los puntos de contacto con el usuario principal, ya que si falla alguno el sistema no funciona y genera un vacío de comunicación.

2.2.2 Fase 1: Diseño

Para la elaboración del sistema de promoción se ha optado por resaltar uno de los atributos más importantes del cacao: su aroma. Dentro de cada uno de los elementos de diseño se ha incorporado la sensación de fragancia, tratando de lograr una relación entre el olor, la imagen y el lugar. Además se ha pensado en la incorporación de texturas que semejen la tierra y lo relacionen con la cultura, la tradición y la alegría del lugar y de su gente.

El mensaje que se desea transmitir es el de aferrarse a las sensaciones, por ello se ha utilizado las frases: “Atrapa el aroma”, “Atrapa el sabor”, “Atrapa la alegría” y “Atrapa el ritmo”. A partir del desarrollo del mensaje se optó por la elaboración de una imagen que contribuya a su entendimiento y que muestre los elementos principales del lugar.

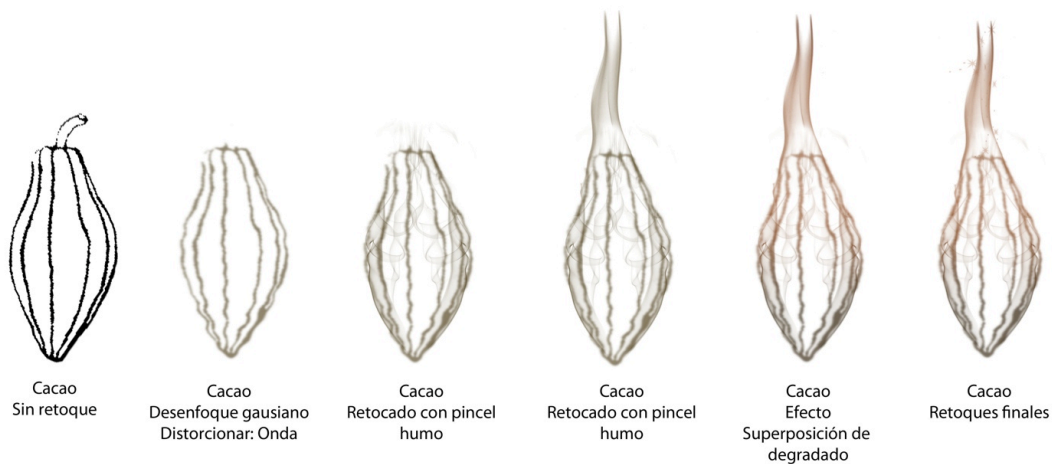
Para enfatizar la acción de atrapar se decidió utilizar manos que tratan de tomar el aroma, con esto se transmite el mensaje de tomar lo intangible y convertirlo en algo propio como las experiencias vividas y el recuerdo.



Afiches

Para la elaboración de los afiches se ha utilizado el mismo concepto mencionado anteriormente, utilizando manos que atrapan aromas pero en esta ocasión cada uno de ellos tiene características únicas, en uno se presenta el aroma a cacao, en otro la alegría del baile, en el siguiente el ritmo de su música y finalmente el sabor de su comida.

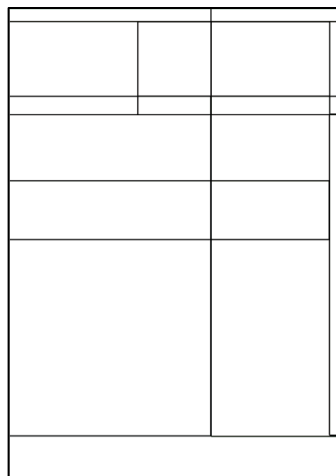
Para el primero se ha utilizado la silueta de un cacao y en donde sus líneas se han modificado para simular aroma.



Los colores utilizados son cálidos y simbolizan la tierra además de contar con la gama de tonos que adopta el cacao a través de su maduración. Luego se trabajó en el fondo, que utilizará textura semejante a la tierra, además de tener un degradé en la parte posterior que genera profundidad. El fondo fue tratado con Tono/Saturación para modificar el color y su intensidad. En la parte inferior del fondo se agregó la silueta de unas montañas y un río con el fin de resaltar uno de los puntos principales de atracción del lugar, ya que en el recorrido de la Ruta del Cacao uno de los factores principales es el recorrido por el río, además de ser una zona rodeada por una gran vegetación y montañas. Este tipo de imagen permite relacionar el logotipo con el afiche ya que son semejantes en su simplicidad y el manejo de contornos.



Se optó por la elaboración de una retícula con el fin de mantener la uniformidad entre los afiches a realizarse.



Se agrega una mano delicada, de tez blanca que semeje la de un turista internacional antes identificado como el usuario principal. La mano debe acoplarse a la imagen y simular el capturar el aroma.



Se agrega el texto: “Atrapa el Aroma”, la tipografía utilizada fue “Palatino Linotype”, utilizada anteriormente en el logotipo con el fin de crear una relación entre el afiche y el elemento identificador.



Atrapa
el Aroma

Finalmente y con ayuda de la retícula se realiza la distribución de los elementos, generando una línea de lectura: logotipo, texto, página web y finalmente imagen. Con este lineamiento se pretende enfatizar el logo dentro del elemento visual.





La Ruta del Cacao

Atrapa el Aroma

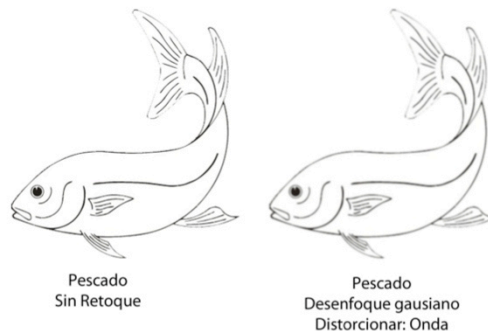


www.larutadelcacao.com

Se realiza el mismo procedimiento para los otros tres afiches en donde cambia el color, el atributo a representar, el tono del fondo y las manos que atrapan la imagen. Esto logra que el usuario obtenga un mensaje diferente de cada afiche pero que sin embargo guarden una misma línea y mantengan un mensaje común entre ellos: Conoce un lugar con una gran tradición que te atrapará.

En el segundo afiche transmite el mensaje de “Atrapa el Sabor”, para ello se ha utilizado un pescado, comida típica del cantón y se han utilizado tonos cálidos que semejan los colores del cacao.

Para su elaboración se utilizó un pescado, se le agregaron filtros de desenfoque y de distorsión y finalmente se le agregó una superposición de degradé. Se agregan las manos que simularán atrapar al pescado. La imagen del pescado se encontrará atravesando las manos para darle sensación de relación entre las manos e imagen. Se agregaron unas ramas de tomillo alrededor del pescado con el fin de enfatizar que se trata de un alimento.



Para el fondo se utilizó la misma textura que en el afiche anterior, pero con una variación de tonalidad, para acompañar a la imagen.

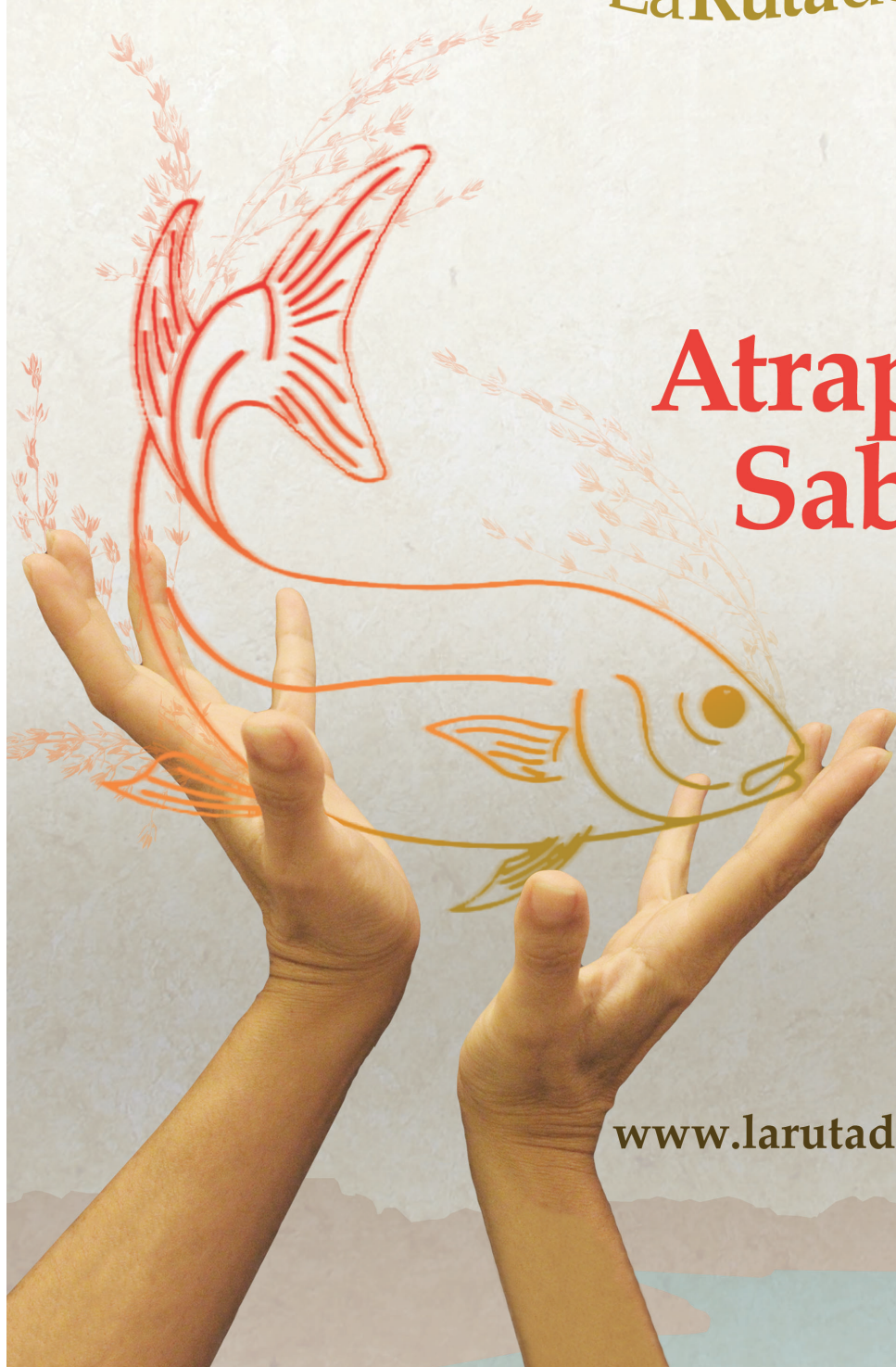


Finalmente se agregan los elementos faltantes con ayuda de la retícula para obtener el afiche final.





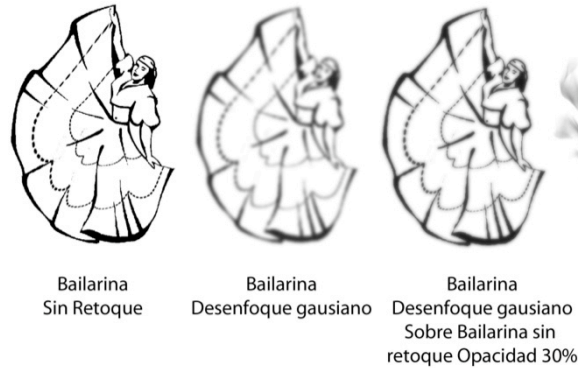
La Ruta del Cacao



Atrapa el Sabor

www.larutadelcacao.com

El tercer afiche muestra la idea de “Atrapa la alegría”, esto será representado por una mujer esmeraldeña vestida con el traje típico de marimba y bailando, para su elaboración se le agregaron filtros de desenfoque y de distorsión y finalmente se le agregó una superposición de degradé. Además líneas con ondas rodean a la bailarina para demostrar movimiento.



Los Tonos utilizados dentro de la superposición de degradado son cálidos y los que contribuyen a resaltar el mensaje de alegría y calidez de la población cercana a la Ruta del Cacao.

Para el fondo se utilizó la misma textura que en los afiches anteriores pero se cambio

su tonalidad por una más cálida, acompañando el mensaje de alegría, amabilidad y calidez de la gente de Rioverde.



Luego se agregan la tipografía, la dirección web y el logotipo de La Ruta del Cacao siguiendo la retícula para completar el mensaje del afiche.





La Ruta del Cacao

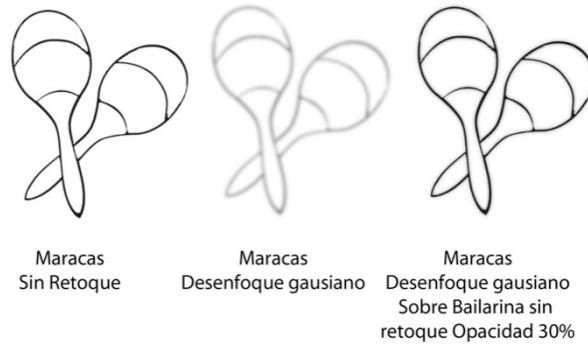


Atrapa la Alegría

www.larutadelcacao.com

El último afiche transmite el mensaje “Atrapa el Ritmo”, para ayudar a completar la información a transmitirse se han utilizado unas maracas, características dentro de la interpretación de la marimba. Estos instrumentos van de la mano con las cantantes de los arrullos, que mientras corean una de sus tonadas se acompañan por el movimiento de sus maracas.

Al igual que en los afiches anteriores la imagen fue modificada para semejar una sensación, además se agregaron notas musicales para representar la música emitida por los instrumentos musicales.



Se colocaron dos manos con las mismas características utilizadas anteriormente: manos delicadas, blancas, con un efecto de iluminación en el centro para destacar este punto y con la apariencia de querer atrapar el movimiento de las maracas.

El fondo utilizado es el mismo que anteriormente para los otros afiches pero varía la

tonalidad de los colores utilizados para una mejor relación con la imagen.



Finalmente se agregaron la dirección del web, el texto y el logotipo, procurando que se encuentren acordes con las distribuciones utilizadas anteriormente y que se acoplen con la imagen manejada en este afiche.





La Ruta del Cacao



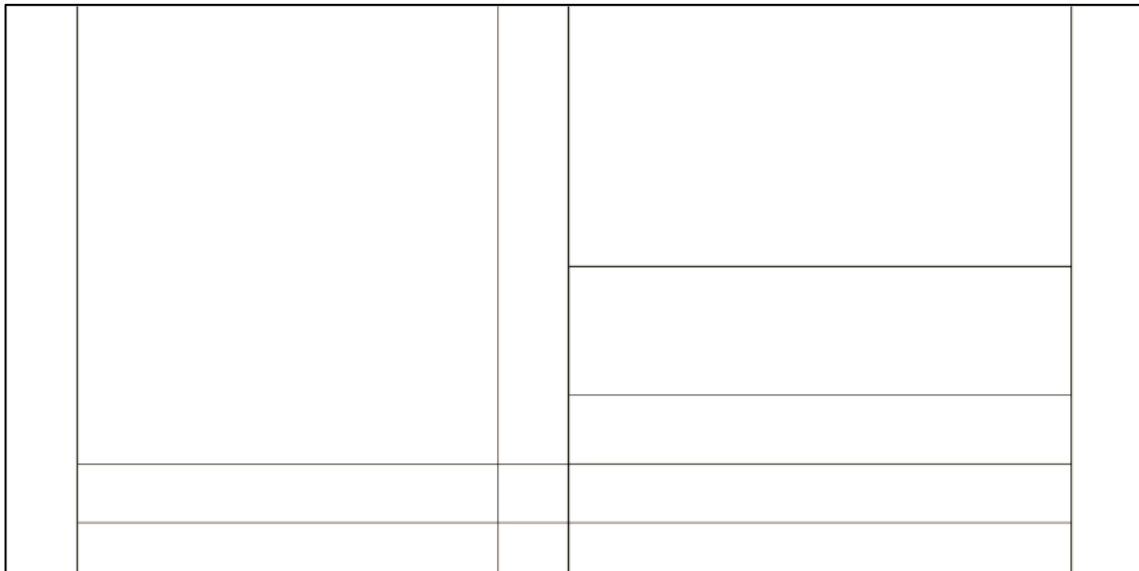
Atrapa el Ritmo

www.larutadelcacao.com

Los afiches son medida A3 (29,7 x 42 cm) serán impresos en papel couché de 150 gramos, para que conserve flexibilidad pero que a su vez sea resistente. Se ha adjuntado una bitácora digital con el proceso por el que ha atravesado cada pieza gráfica para llegar al elemento final.

Vallas Publicitarias

Para la elaboración de las vallas publicitarias se utilizaron las mismas características utilizadas en los afiches, los cambios que se realizaron son en función de la distribución y la orientación del lienzo. Para la distribución se utilizó una retícula que se mantendrá constante entre todas las vallas.



Las vallas publicitarias tienen una medida estándar de 4 por 8 metros y se encuentran ubicadas a 7 metros de altura aproximadamente, se encuentran ubicadas en las carreteras y en las entradas o salidas a las ciudades. La impresión será realizada en lona vinílica.

| | |
|---|---|
|  |  <p>La Ruta del Cacao</p> |
| | <p>Atrapa el Aroma</p> |
| | <p>www.larutadelcacao.com</p> |

| | |
|--|---|
|  |  <p>La Ruta del Cacao</p> |
| | <p>Atrapa la Alegría</p> |
| | <p>www.larutadelcacao.com</p> |

| | |
|---|---|
|  |  <p>La Ruta del Cacao</p> |
| | <p>Atrapa el Ritmo</p> |
| | <p>www.larutadelcacao.com</p> |



Dentro de las vallas se optó por la utilización de una distribución que contribuya a la lectura, ya que su debe ser rápida y se necesita captar la atención del lector a solamente a los puntos de interés.

Las vallas publicitarias finalizadas son las siguientes:





La Ruta del Cacao

Atrapa la Alegría

www.larutadelcacao.com



La Ruta del Cacao

Atrapa el Ritmo

www.larutadelcacao.com



La Ruta del Cacao

Atrapa el Sabor

www.larutadelcacao.com

A continuación se muestra un foto montaje para mostrar como se visualizarán las vallas ya implementadas.





Infografía

La infografía consiste en el uso de representaciones gráficas con el fin de comunicar. Se decidió trabajar con infografía para transmitir mediante la utilización de imágenes y texto de forma más precisa el recorrido que se realiza dentro de la Ruta del Cacao.

Al ser una infografía meramente turística se ha decidido trabajar con imágenes referentes al recorrido de la ruta, además de un mapa informativo y también con gráficos relacionados con el cacao.

En primer lugar se realizó la ilustración del mapa del cantón, dentro de ella se resaltó la Ruta del cacao con un tono naranja saturado, también se agregaron puntos secundarios como son los demás ríos y carreteras que se encuentran a su alrededor, pero estos se encuentran con una opacidad del 30% para procurar que el lector se vea más interesado por el recorrido de la Ruta.



Luego se agregaron círculos de colores altamente saturados en los puntos de interés de la Ruta, y en los puntos secundarios se agregaron círculos negros con una opacidad del 30%. De igual manera se añadieron los nombres de los lugares principales y secundarios en color negro pero los segundos con una opacidad del 30%.



Luego se agregó el fondo en el lienzo de 1 x 2 metros, éste será el mismo utilizado dentro del afiche del cacao, para mantener continuidad.

El mapa fue ubicado en el centro del lienzo, ya que a partir de él se desprenderán los contenidos de la infografía.

Para la distribución del texto y las imágenes que acompañan la presente infografía se decidió, tomar la idea de que el mapa es el tronco de un árbol de cacao y que de él

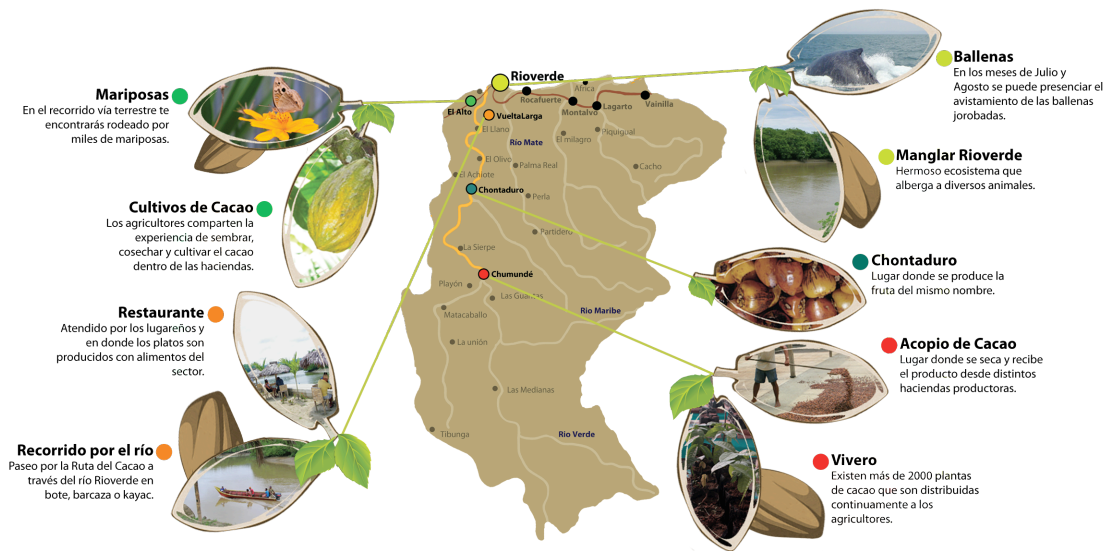
florece las ramas y los frutos. Por ello se optó por utilizar para la imágenes el contorno del cacao para que asistan a la idea. De cada punto del recorrido se dependerá una rama y de cada rama nacerán fotos de los puntos de interés de la Ruta. Esto es una figura metafórica, ya que muestra como todos los puntos están conectados dentro de una misma línea al igual que dentro de un árbol.



Se agregaron hojas para continuar con la idea de un árbol, además de ubicar el logo en la parte inferior derecha para demostrar la identidad del lugar y unas líneas de humo en la parte superior izquierda como efecto decorativo y para relacionar la infografía con los otros elementos de diseño.



El texto explicativo se encuentra acompañado cada fotografía para completar el mensaje también cuentan con un círculo del color que representa cada punto del recorrido.



La tipografía utilizada es la Myriad Pro, que es completamente leíble y legible y que además cuenta con una familia tipográfica completa lo que facilita su utilización para todos los elementos publicitarios.

Myriad Pro

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!"#\$%&/()=?



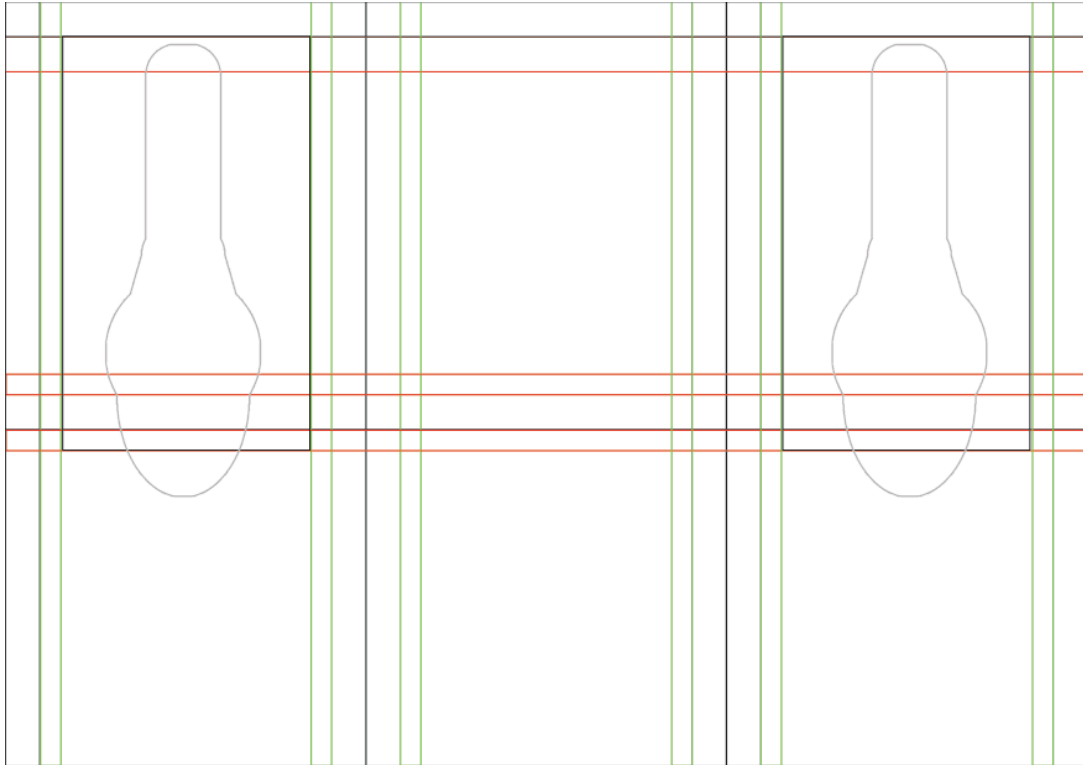
Condensed
Condensed Italic
Bold Condensed
Bold Condensed Italic
Regular
Italic
Semibold
Semibold Italic
Bold
Bold Italic

Trípticos

Dentro de este proyecto se decidió utilizar trípticos para compartir la información de la Ruta del Cacao de una forma más extensa. Estos trípticos no solo contribuirán a que los usuarios conozcan un poco de que se trata la Ruta del Cacao sino que también se encuentren interesados en conocerla personalmente. El tamaño de este plegable es de 29,7x 21 cm y se encuentra dividido en 6 caras, 3 interiores y 3 exteriores. Tanto como para el interior y el exterior se utilizó el fondo del afiche del cacao.



Se realizó un troquelado en la cara principal del plegable para generar una interactividad entre el exterior y el interior además de crear una sensación lúdica para el usuario.



En la cara principal del plegable además del troquelado se agregará la frase “Atrapa el Aroma” y el logotipo de la Ruta del cacao en la parte superior para marcar identidad. Y en la tercera cara exterior del plegable se agrega la imagen del cacao utilizada en los afiches acompañada de dos manos que atrapan el aroma. Con este troquelado se realiza una interpretación más dinámica del mensaje “Atrapa..”, ya que el usuario leerá el mensaje y luego verá su realización en el interior.

| | | |
|---|---|---|
|  | <h3>Vías de Acceso</h3>  <p>Para llegar a la Ruta del Cacao en Rioverde existen dos vías terrestres: Quito - Esmeraldas - Rioverde e Ibarra - San Lorenzo - Rioverde, en los dos recorridos se puede contar con lugares de descanso y comida. También dos vuelos diarios procedentes de la ciudad de Quito y uno de Guayaquil hasta Esmeraldas.</p>  <p>Rioverde cuenta una amplia variedad de flora y fauna, su gente es alegre y amable, ésto lo convierte en el lugar propicio para disfrutar al máximo junto a la familia y los amigos.</p> <p>www.larutadelcacao.com</p> |  <h3>Atrapa el Aroma</h3>  <p>La Ruta del Cacao</p> |
|---|---|---|


En las dos caras restantes del tríptico en su parte interior se agregó la infografía ya que dentro de ella se explican los puntos más importantes de la Ruta de forma breve y concisa. También se incluyó un breve texto descriptivo de las actividades que se pueden realizar en el sector, el logotipo y la dirección de la página web.

| | | |
|---|--|--|
|  <p>La Ruta del Cacao es una iniciativa de CORPO Esmeraldas, con colaboración de los habitantes del lugar y el Ministerio de Turismo de Rioverde para promover el agroturismo.</p> |  <p>Mariposas En el recorrido via también te encontrarás rodeado por miles de mariposas.</p> <p>Cultivos de Cacao Los agricultores comparten la experiencia de sembrar, cosechar y cultivar el cacao dentro de las haciendas.</p> <p>Restaurante Atendido por los lugareños y en donde los platos son producidos con alimentos del sector.</p> <p>Recorrido por el río Paseo por la Ruta del Cacao a través del río Rioverde en bote, balsas o kayak.</p> <p>Ballenas En los meses de mayo y agosto se puede apreciar el avistamiento de las ballenas jorobadas.</p> <p>Manglar Rioverde Hermoso ecosistema que alberga a diversos animales.</p> <p>Chorizaduro Lugar donde se produce la fruta del mismo nombre.</p> <p>Acopio de Cacao Lugar donde se seca y recibe el producto desde distintos hacimientos productores.</p> <p>Vivero Existen más de 2000 plantas de cacao que son distribuidas continuamente a los agricultores.</p> <p>La Ruta del Cacao es un recorrido a través del río Rioverde en la provincia de Esmeraldas, en donde se puede observar la producción del Cacao Fino de Aroma, mientras se disfruta de la comida típica y tradiciones del lugar.</p> <p>Actividades como cabalgatas, paseos en bote o kayak, visitar hacienda cacaoteras, senderismo y ciclismo hacen de este recorrido un destino ideal para vivir una experiencia inolvidable.</p> |  <p>La Ruta del Cacao</p> <p>www.larutadelcacao.com</p> |
|---|--|--|



En la primera cara de la izquierda se decidió no incluir mucha información ya que además de estar troquelada acompaña la cara en donde se encuentra el mensaje principal de Atrapa el Aroma y se desea que la atención del espectador vaya hacia ella. Por ello simplemente se le agregaron imágenes que describen de mejor manera a la ruta.

En segunda cara de exterior del tríptico se incluyó un mapa que describe como llegar hasta la ruta además de información que describe la imagen. Se agregaron imágenes del lugar y la dirección de página web.

Vías de Acceso



Para llegar a la Ruta del Cacao en Rioverde existen dos vías terrestres: Quito - Esmeraldas - Rioverde e Ibarra - San Lorenzo - Rioverde, en los dos recorridos se puede contar con lugares de descanso y comida. También dos vuelos diarios procedentes de la ciudad de Quito y uno de Guayaquil hasta Esmeraldas.

Rioverde cuenta una amplia variedad de flora y fauna, su gente es alegre y amable, ésto lo convierte en el lugar propicio para disfrutar al máximo junto a la familia y los amigos.

www.larutadelcacao.com

Este sería el resultado del plegable:



Mariposas
En el recorrido vía terrestre te encontrarás rodeado por miles de mariposas.

Cultivos de Cacao
Los agricultores comparten la experiencia de sembrar, cosechar y cultivar el cacao dentro de las haciendas.

Restaurante
Atendido por los lugareños y en donde los platos son producidos con alimentos del sector.

Recorrido por el río
Paseo por la Ruta del Cacao a través del río Rioverde en bote, barcaza o kayak.

Rioverde

Ballenas
En los meses de Julio y Agosto se puede presenciar el avistamiento de las ballenas jorobadas.

Manglar Rioverde
Hermoso ecosistema que alberga a diversos animales.

Chontaduro
Lugar donde se produce la fruta del mismo nombre.

Acopio de Cacao
Lugar donde se seca y recibe el producto desde distintas haciendas productoras.

Vivero
Existen más de 2000 plantas de cacao que son distribuidas continuamente a los agricultores.

La Ruta del Cacao es un recorrido a través del río Rioverde en la provincia de Esmeraldas, en donde se puede observar la producción del Cacao Fino de Aroma, mientras se disfruta de la comida típica y tradiciones del lugar.

Actividades como cabalgatas, paseos en bote o kayak, visitar hacienda cacaoteras, senderismo y ciclismo hacen de este recorrido un destino ideal para vivir una experiencia inolvidable.



La Ruta del Cacao

www.larutadelcacao.com



La Ruta del Cacao es una iniciativa de CORPO Esmeraldas, con colaboración de los habitantes del lugar y el Ministerio de Turismo de Rioverde para promover el agroturismo.



Vías de Acceso



Para llegar a la Ruta del Cacao en Rioverde existen dos vías terrestres: Quito - Esmeraldas - Rioverde e Ibarra - San Lorenzo - Rioverde, en los dos recorridos se puede contar con lugares de descanso y comida. También dos vuelos diarios procedentes de la ciudad de Quito y uno de Guayaquil hasta Esmeraldas.



Rioverde cuenta una amplia variedad de flora y fauna, su gente es alegre y amable, ésto lo convierte en el lugar propicio para disfrutar al máximo junto a la familia y los amigos.

Atrapa el Aroma



La Ruta del Cacao

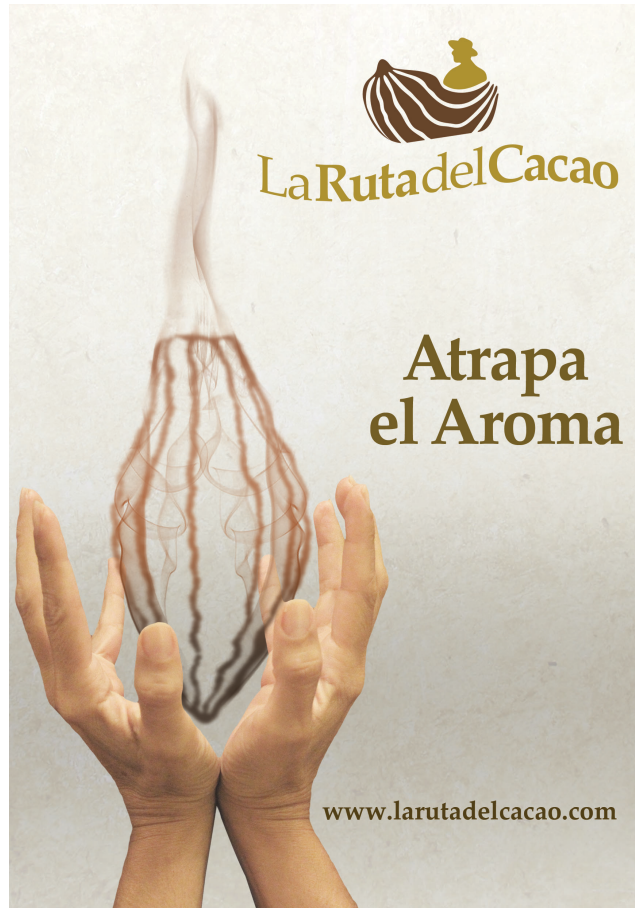
www.larutadelcacao.com

El volante es un impreso que cuenta con información muy breve y de lectura rápida que debe impactar al usuario que lo vea para llevar a su lectura completa. Por ello se decidió utilizar el modelo del afiche del cacao como cara principal acompañado de la dirección de la página web, para que los usuarios si se encuentran interesados puedan encontrar más información en el destino web. Este volante irá en tamaño A5 (21 x 14,8 cm) en papel couché de 150 gramos.

Para la distribución se utilizó la misma retícula aplicada en los afiches tanto en la cara principal y la secundaria.



En la parte posterior se agregó la infografía acompañada de la dirección web nuevamente para que el lector se vea interesado en entrar a obtener mayor información. El volante finalizado será el siguiente:




Baileños  **Baileños** de la Bahía. Agosto se puede presenciar el avistamiento de las ballenas jorobadas.

Manglar Rioverde  **Manglar Rioverde** alberga a diversos animales.

Chontaduro  **Chontaduro** es un tipo de cacao de la zona del mismo nombre.

Acopio de Cacao  **Acopio de Cacao** lugar donde se seca y recibe el cacao que son distribuidas continuamente a las haciendas productoras.

Vivero  **Vivero** más de 2000 plantas de cacao que son distribuidas continuamente a los agricultores.

Mariposas  **Mariposas** En el recorrido encontrarás mariposas por miles de mariposas.

Cultivos de Cacao  **Cultivos de Cacao** Los agricultores comparten la experiencia de sembrar cacao dentro de las haciendas.

Restaurante  **Restaurante** Atendido por los lugareños y en él se sirven platos son producidos con alimentos del sector.

Recorrido por el río  **Recorrido por el río** Paseo por la Ruta del Cacao a través del río en botes, llamado "Boya".

La Ruta del Cacao ubicada en el cantón Rioverde de la provincia de Esmeraldas es un sendero que cuenta con actividades recreativas que incluyen desde visitas a haciendas cacaoteras para conocer el proceso de cultivo hasta relajación en sus hermosas playas.

Te invitamos a vivir una experiencia única en el Ecuador y que se encuentra al alcance de todos.

La Ruta del Cacao

Esencia

Para continuar con la idea de Atrapar el aroma, se decidió obsequiar dentro de los hoteles y restaurantes del lugar unos pequeños frascos en los que en su interior contengan una aceite aromático con olor a cacao, esto es con el fin de que después de conocer el sitio y regresen a sus hogares puedan llevarse con ellos un extracto de la esencia del lugar y que a través de la fragancia vuelvan a vivir la experiencia.



Estas esencias irán acompañadas de dos etiquetas una en la parte delantera en donde se encuentre el logotipo de la Ruta del Cacao y la dirección web y una posterior en donde se encuentre una breve descripción de lo que existe dentro del recorrido. La distribución de los elementos fue realizado con retícula.



Estas etiquetas son de 2 x 3 cm y serán impresas en Papeles Autoadhesivos Brillante Seg., 90 g/m². El fondo utilizado es el mismo que en el afiche del cacao y cuenta en la segunda etiquetas líneas de humo que lo familiaricen con el resto de las piezas gráficas.

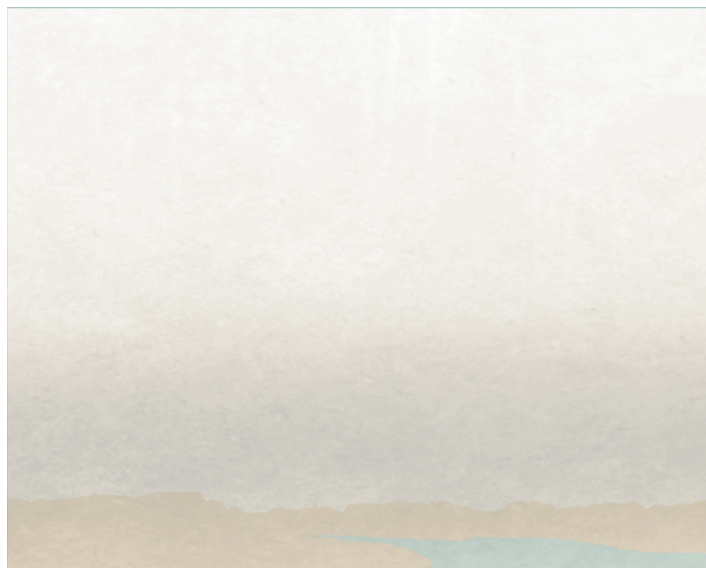


Página Web

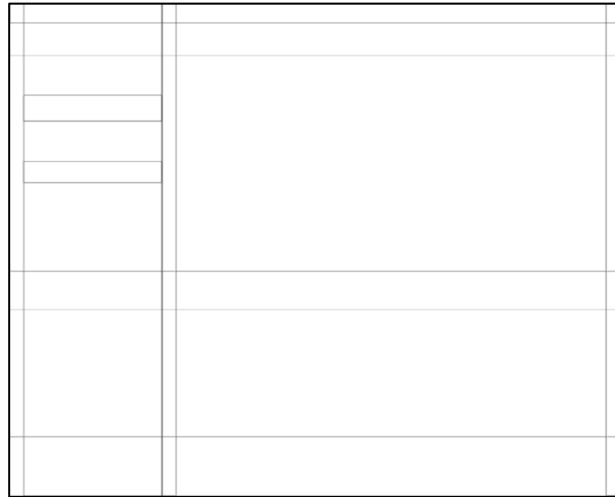
Considerando las necesidades de los posibles turistas se ha decidido realizar una página web con el fin de mantener un contacto más directo con los usuarios y que puedan acceder a mayor información que la que se presenta en los medios impresos.

Para ello se ha realizado una página trabajada en html y photoshop, para la elaboración se ha utilizado en html un tabla al 100% y un documento psd de 1280 x 1024.

El fondo esta basado en los afiches, se utiliza la misma textura y el perfil de montañas y un río, con el fin de mantener características similares entre objetos.



Para la distribución de los elementos se ha realizado una retícula que se mantendrá entre página y página.



La página cuenta con una botonera con 4 enlaces a las diferentes páginas que componen la web. Al hacer clic o sobreponer el cursor sobre el botón este cambiará de color a uno más oscuro como señal de aviso al usuario de que está a punto de acceder a otro lugar.



Debajo de la botonera se encontrará un banner en el cual se mostrarán las vallas publicitarias realizadas con anterioridad, estas cambiarán de acuerdo al botón que pulse el usuario.



Al hacer clic en cada botón se desplegará un texto describiendo el tema deseado y una pequeña galería de fotos sobre el contexto, las imágenes irán cambiando sucesivamente.

| Descripción | Actividades | Cultura | Comidas |
|--|-------------|---------|---------|
|  | | | |
| <h3>COMIDAS</h3> <p>Si hay algo que deleite a los visitantes es la comida esmeraldeña, los "encocaos" de cangrejo, calamar, camarones, pescado, langostino, langosta, los bolones de verde, ceviche de mariscos, cazuelas, caldos y secos de gallina "criolla", el famoso mazato, todo esto se puede disfrutar en diferentes lugares de la ruta y con un sabor inigualable.</p> <p>En la parroquia Vuelta Larga se prepara un plato especial, el cevicangre: ceviche de camarón de entrada, encocao de cangrejo acompañado de arroz y patacones y finalmente un coco helado.</p> | | | |



En la parte superior izquierda se encuentra el elemento identificativo de la Ruta del Cacao acompañado de tres botones que llevan a links externos de los otros sitios web a los que se puede acceder para conocer más de la ruta. Bajo estos botones se encuentra una breve información de donde se puede llamar en caso de requerir más información del lugar.



La Ruta del Cacao



Para mayor información
contáctate a los números:

593 62 744 201
593 62 744 202
593 62 744 206

La tipografía utilizada dentro de la web es la misma utilizada en las otras aplicaciones gráficas, "Palatino Linotype". La cromática para los botones y el texto está basada en los colores del logotipo. Finalmente así quedaría la página finalizada.



Descripción Actividades Cultura Comidas

La Ruta del Cacao

f e t

Para mayor información
contáctate a los números:

593 62 744 201
593 62 744 202
593 62 744 206

La Ruta del Cacao

Atrapa el Sabor

www.larutadelcacao.com

COMIDAS

Si hay algo que deleite a los visitantes es la comida esmeraldeña, los "encocaos" de cangrejo, calamar, camarones, pescado, langostino, langosta, los bolones de verde, ceviche de mariscos, cazuelas, caldos y secos de gallina "criolla", el famoso mazato, todo esto se puede disfrutar en diferentes lugares de la ruta y con un sabor inigualable.

En la parroquia Vuelta Larga se prepara un plato especial, el cevicangre: ceviche de camarón de entrada, encocao de cangrejo acompañado de arroz y patacones y finalmente un coco helado.

Blog

Otro medio digital utilizado es el blog que nos permite obtener las opiniones de los turistas acerca del lugar y publicar información más extensa que la que se encuentra en la web.

Dentro del Blog se han agregado contenidos que describen el lugar a demás de imágenes que lleguen al usuario.

Dentro de la información contenida en el Blog están:

- Descripción de la Ruta del Cacao
- Sitios de interés
- Galería Fotográfica
- Páginas relacionadas
- El logotipo identificativo

El blog fue creado en www.Blogger.com que es una página gratuita y de fácil manejo, por su versatilidad se puede modificar el blog para que adopte las características que se requieren.

La dirección de Blog es: <http://larutadelcacao.blogspot.com/>



Además del Blog se ha creado una página dentro de Facebook y otra en Twitter, que permitirán mantener actualizados a los seguidores de posibles novedades en el lugar y de las actividades que se ofrecen por fechas de feriado.

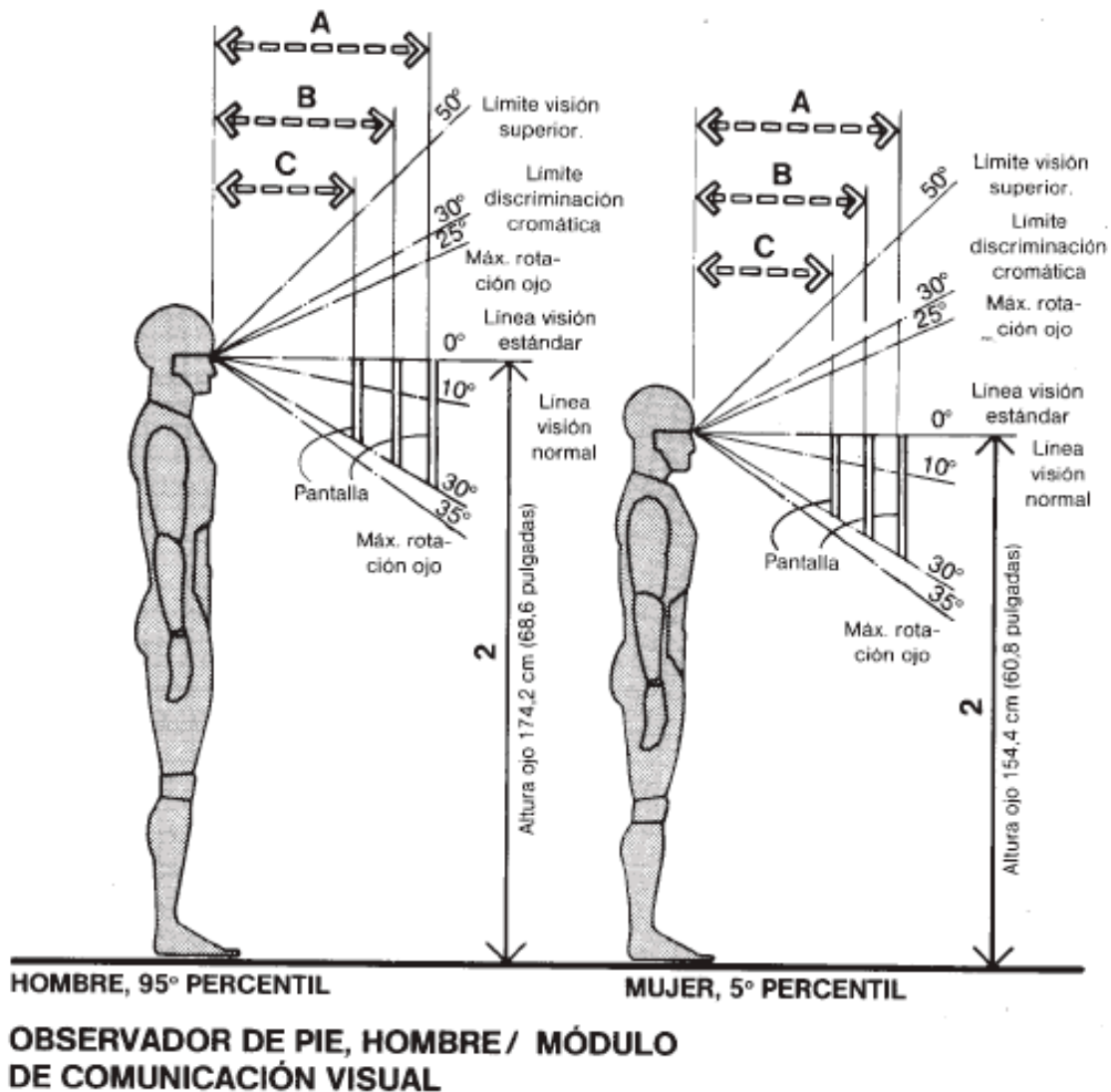




The screenshot shows the Facebook profile of 'La Ruta del Cacao'. At the top, there is a navigation bar with 'La Ruta del Cacao', 'Biografía', 'Ahora', and 'Lo más destacado'. Below this is a large cover photo of a river in a lush green landscape. The profile picture is the organization's logo, which features a stylized cacao pod and a person. The name 'La Ruta del Cacao' is displayed, along with the text 'A 5 personas les gusta esta página'. Below the profile information, there are sections for 'Información' (listing 'Rioverde, Esmeraldas, Ecuador'), 'Fotos', 'Me gusta' (5 likes), and 'Notas 2'. The main content area shows a post titled 'Comida esmeraldeña' with a photo of a dish and text describing Esmeraldas as 'la provincia verde'. Another post titled 'Historia de Rioverde' includes a photo of a young girl and text about the region's history.

Señalización

Para que el usuario que visite La Ruta del Cacao pueda obtener la información necesaria dentro del recorrido se ha creado un sistema de señalización que consta de 5 tipos de señales, para ello se ha utilizado Las dimensiones humanas en los espacios interiores, escrito por Julius Panero y Martín Zelnik para tener una percepción más clara de las medidas que se deben utilizar. (Panero, 1984:239)



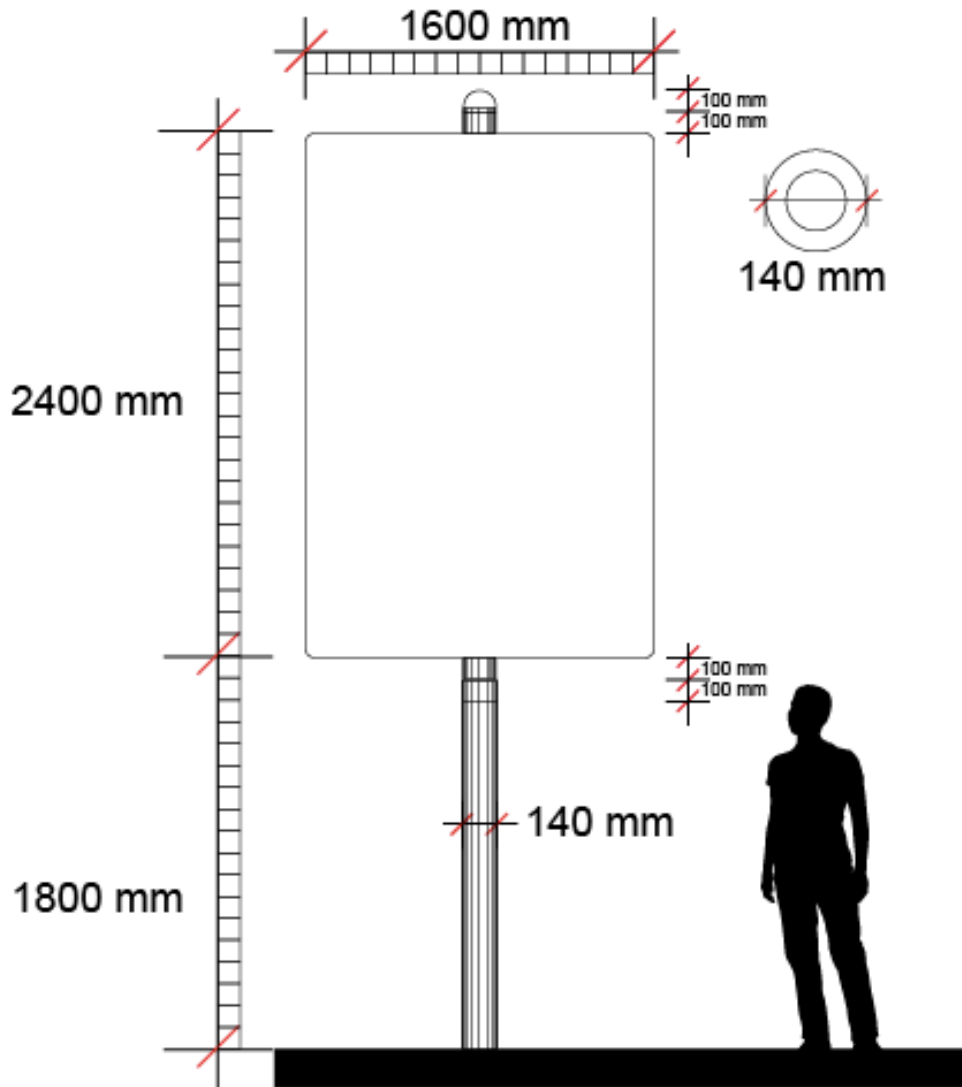
Considerando los datos presentados la línea de visión estándar se encuentra a la altura de los ojos, el límite de visión superior se encuentra a los 50° y el límite inferior es de -35°.

Para la creación de las señalizaciones se han tomado en cuenta estos grados de visión, para así facilitar la lectura que tiene el usuario sobre la señal.

Luego de tener conocimiento con que altura se debe trabajar, se han elaborado las siguiente cinco señalizaciones informativas dentro de la Ruta del Cacao.

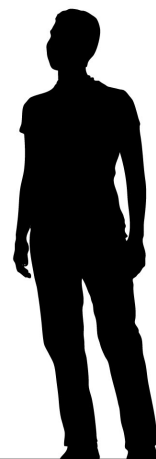
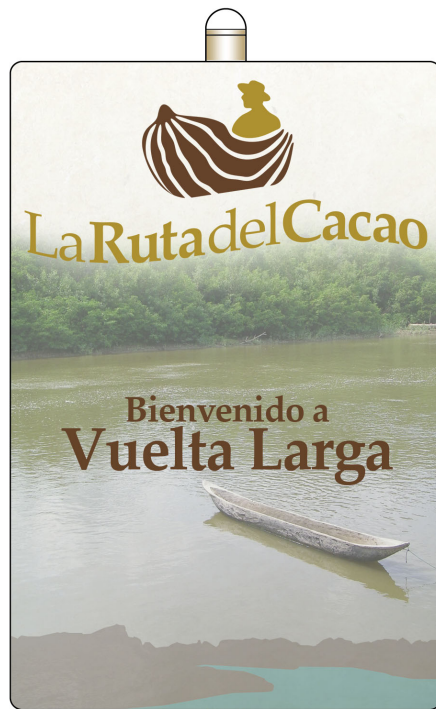
Señalización de entrada a las parroquias y cantón

Este tipo de señalización se encontrará ubicada en la entrada de cada una de las parroquias que forman parte de la Ruta del Cacao. Estas son de gran dimensión para que sean visibles claramente por los visitantes.



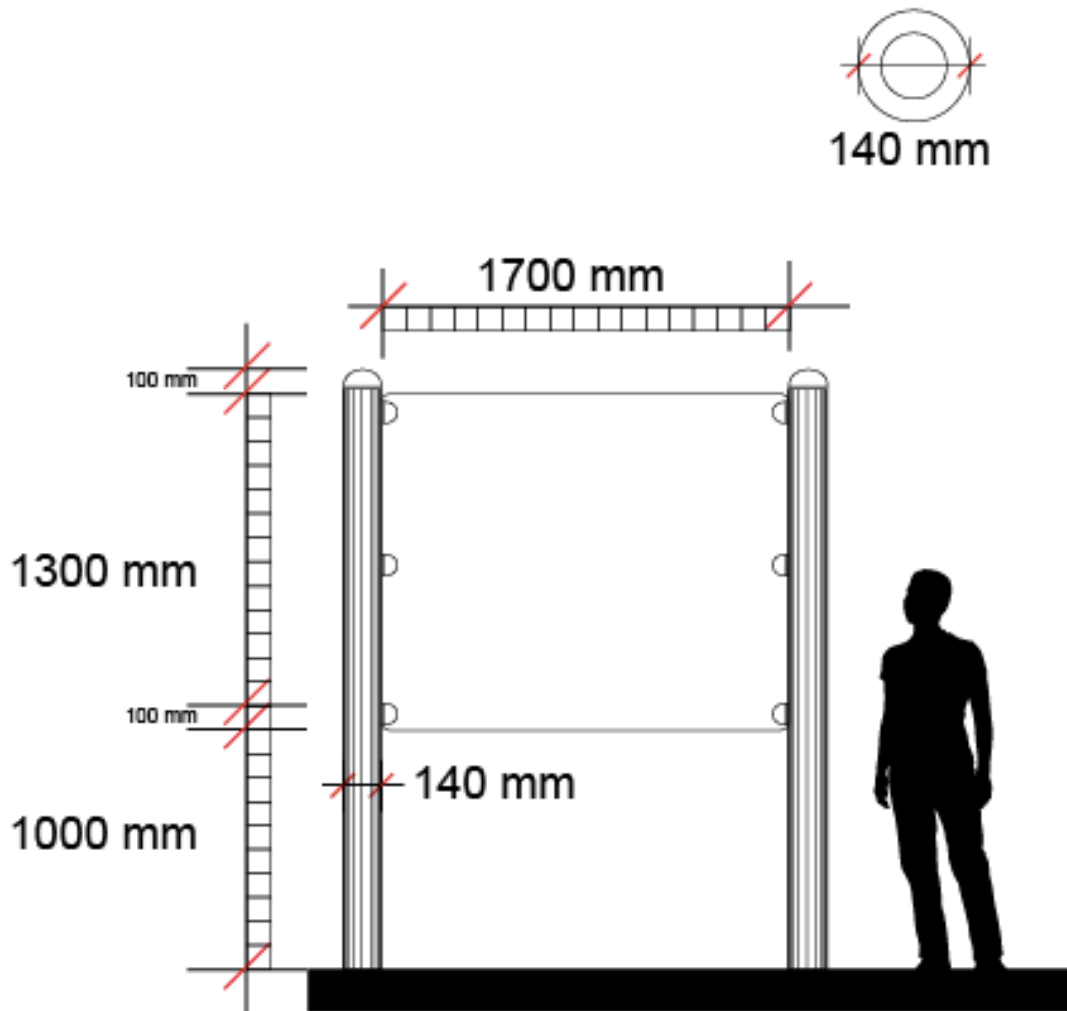
Las señales cuentan con el logotipo de la Ruta del Cacao en la parte superior, una imagen con una opacidad del 60% sobre el fondo utilizado para los afiches y un texto que dice :”Bienvenido a..”. En la parte inferior se encuentra el perfil de montañas y río utilizado con anterioridad en otras piezas gráficas.

Para cada uno de los lugares en los que se va a aplicar la foto y el texto cambiará para adaptarse a la zona.



Señalización de información de la Ruta

Esta señalización se encuentra instalada en puntos donde el turista se vea en la necesidad de saber en que dirección avanzar y cuenta con información general del lugar.



En este tipo de señalización va a ir el logotipo de la Ruta del Cacao, acompañado de una infografía descriptiva y un breve texto que describe al sendero.



La Ruta del Cacao

La Ruta del Cacao es un recorrido por el río Rioverde, en donde se puede observar la producción del Cacao Fino de Aroma y disfrutar la comida típica y tradiciones del lugar.

- Mariposas**
En el recorrido via terrestre se encontrará rodeado por miles de mariposas.
- Cultivos de Cacao**
Los agricultores comparten la experiencia de sembrar, cosechar y cultivar el cacao dentro de las haciendas.
- Restaurante**
Atendido por los lugareños y en donde los platos son producidos con alimentos del sector.
- Recorrido por el río**
Paseo por la Ruta del Cacao a través del río Rioverde en bote, banca o kayak.
- Balenas**
En los meses de Julio y Agosto se puede presenciar el avistamiento de las balenas jirafas.
- Manglar Rioverde**
Hermoso ecosistema que alberga a diversas aves.
- Chontaduro**
Lugar donde se produce la fruta del mismo nombre.
- Acopio de Cacao**
Lugar donde se seca y recibe el producto desde distintas haciendas productoras.
- Vivero**
Existen más de 2000 plantas de cacao que son distribuidas continuamente a los agricultores.



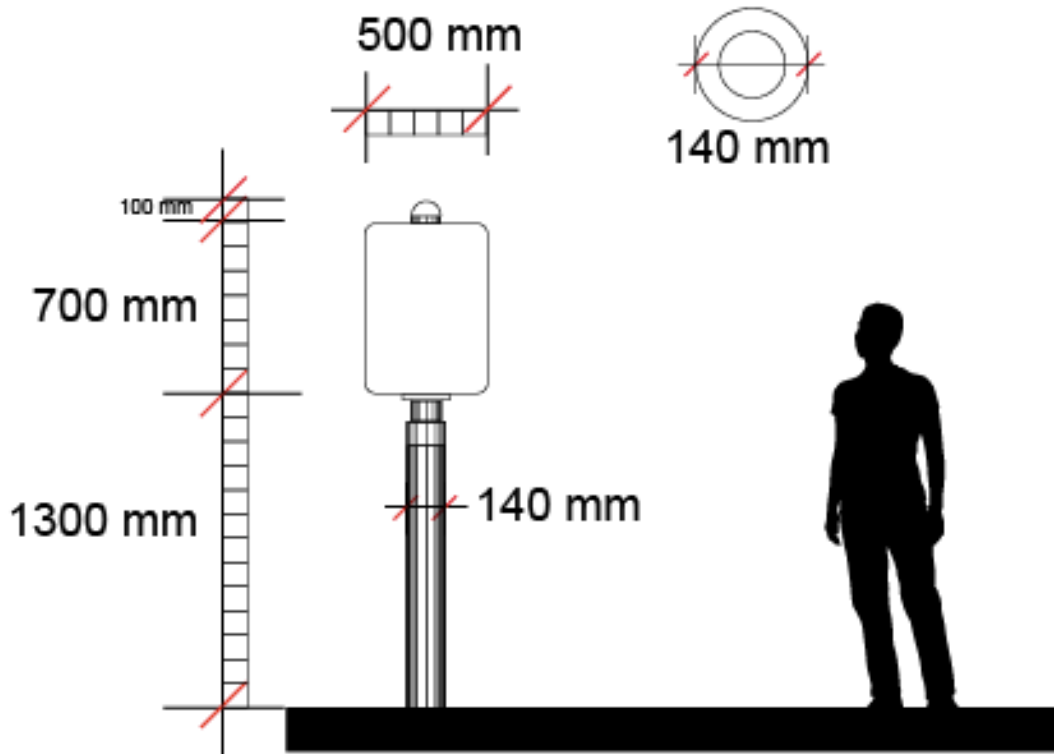
La Ruta del Cacao

La Ruta del Cacao es un recorrido por el río Rioverde, en donde se puede observar la producción del Cacao Fino de Aroma y disfrutar la comida típica y tradiciones del lugar.

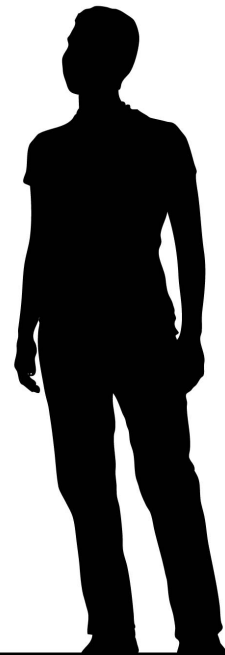
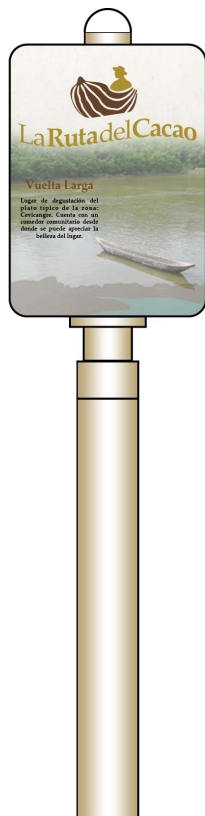
- Mariposas**
En el recorrido via terrestre se encontrará rodeado por miles de mariposas.
- Cultivos de Cacao**
Los agricultores comparten la experiencia de sembrar, cosechar y cultivar el cacao dentro de las haciendas.
- Restaurante**
Atendido por los lugareños y en donde los platos son producidos con alimentos del sector.
- Recorrido por el río**
Paseo por la Ruta del Cacao a través del río Rioverde en bote, banca o kayak.
- Balenas**
En los meses de Julio y Agosto se puede presenciar el avistamiento de las balenas jirafas.
- Manglar Rioverde**
Hermoso ecosistema que alberga a diversas aves.
- Chontaduro**
Lugar donde se produce la fruta del mismo nombre.
- Acopio de Cacao**
Lugar donde se seca y recibe el producto desde distintas haciendas productoras.
- Vivero**
Existen más de 2000 plantas de cacao que son distribuidas continuamente a los agricultores.

Señalización informativa dentro de la Ruta

Este tipo de señalización se encuentra dentro de la ruta y es la encargada de dar una descripción específica acerca de lugares, monumentos, plantas, animales y haciendas que se están dentro del recorrido.

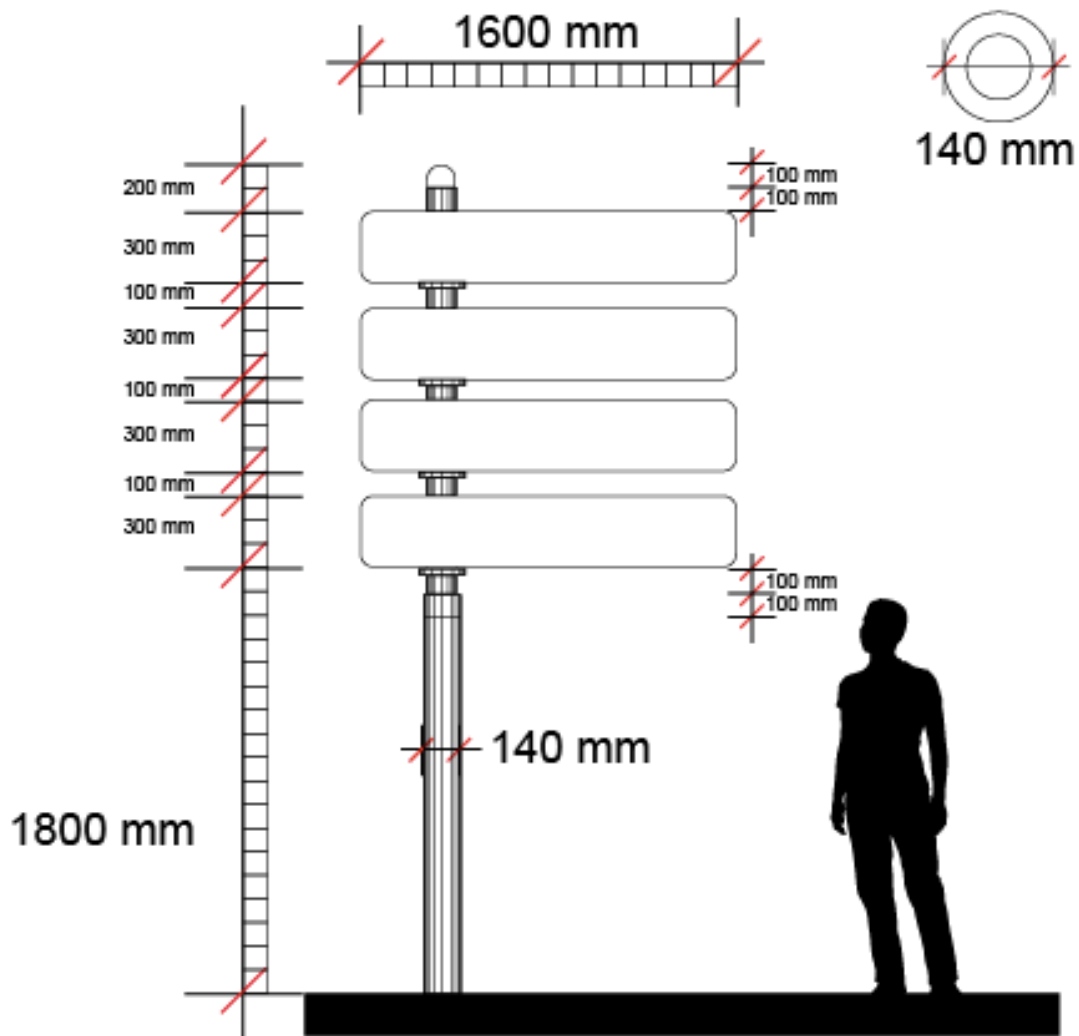


En este tipo de señalización se incluirá el logotipo de la Ruta del Cacao una foto del lugar o la cosa que se encuentra describiendo y un texto descriptivo de las características de ese elemento.

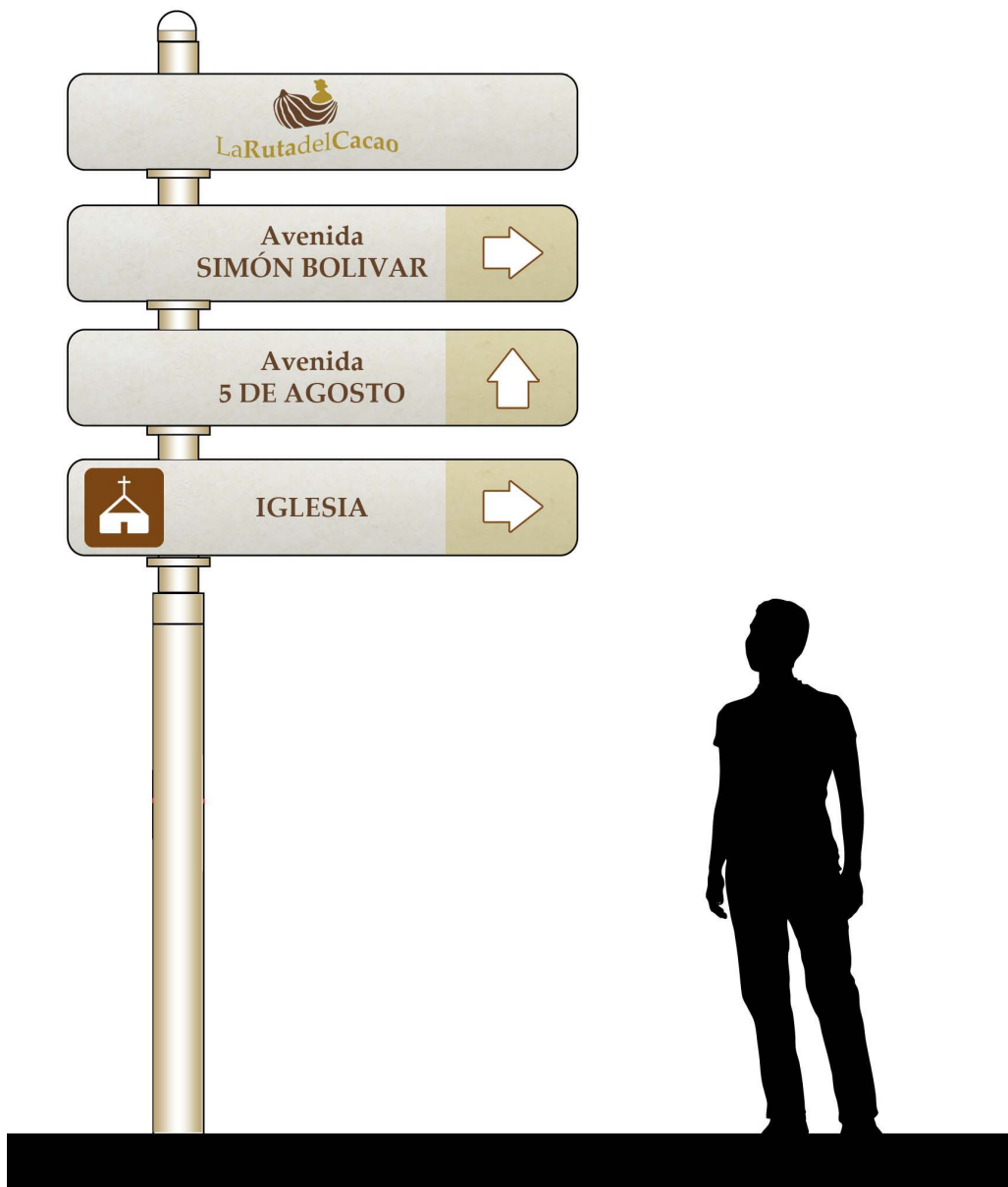


Señalización direccional vial y peatonal

Esta señalización está destinada para informar en donde se encuentran ubicados lugares de interés para el usuario. Aquí se incluyen calles, servicios básicos, monumentos y locaciones.

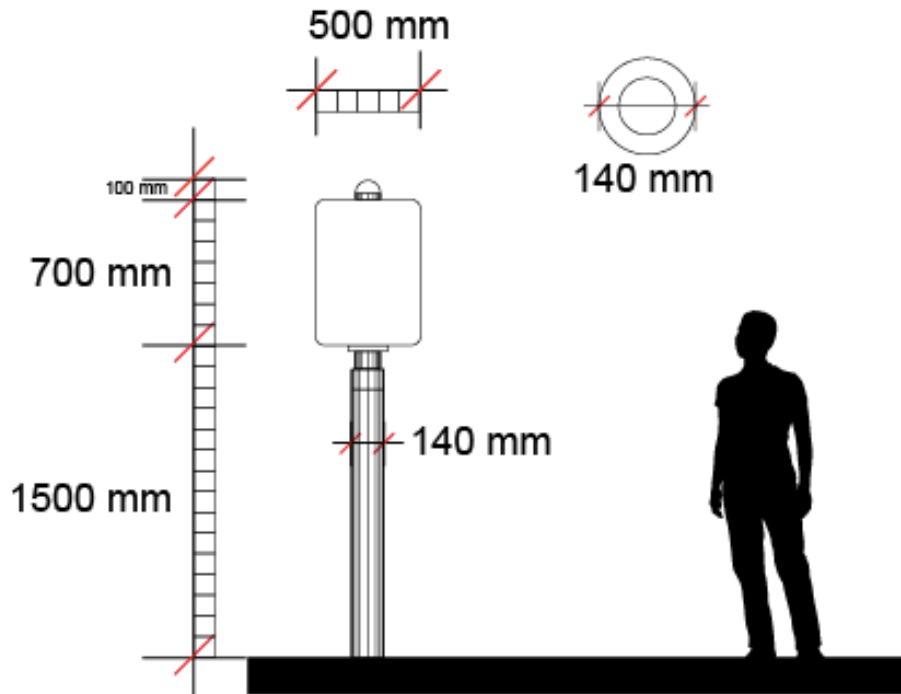


En esta señalización se incluye el logotipo de La Ruta del Cacao en la parte superior, luego en plaquetas diferentes cada uno de los elementos que se desean mostrar acompañados de una flecha direccional.

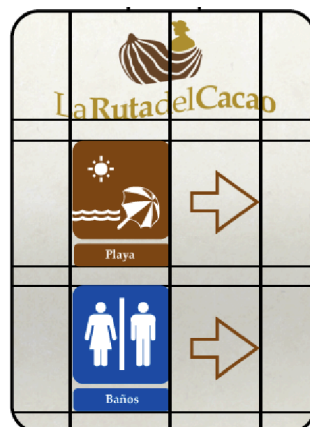


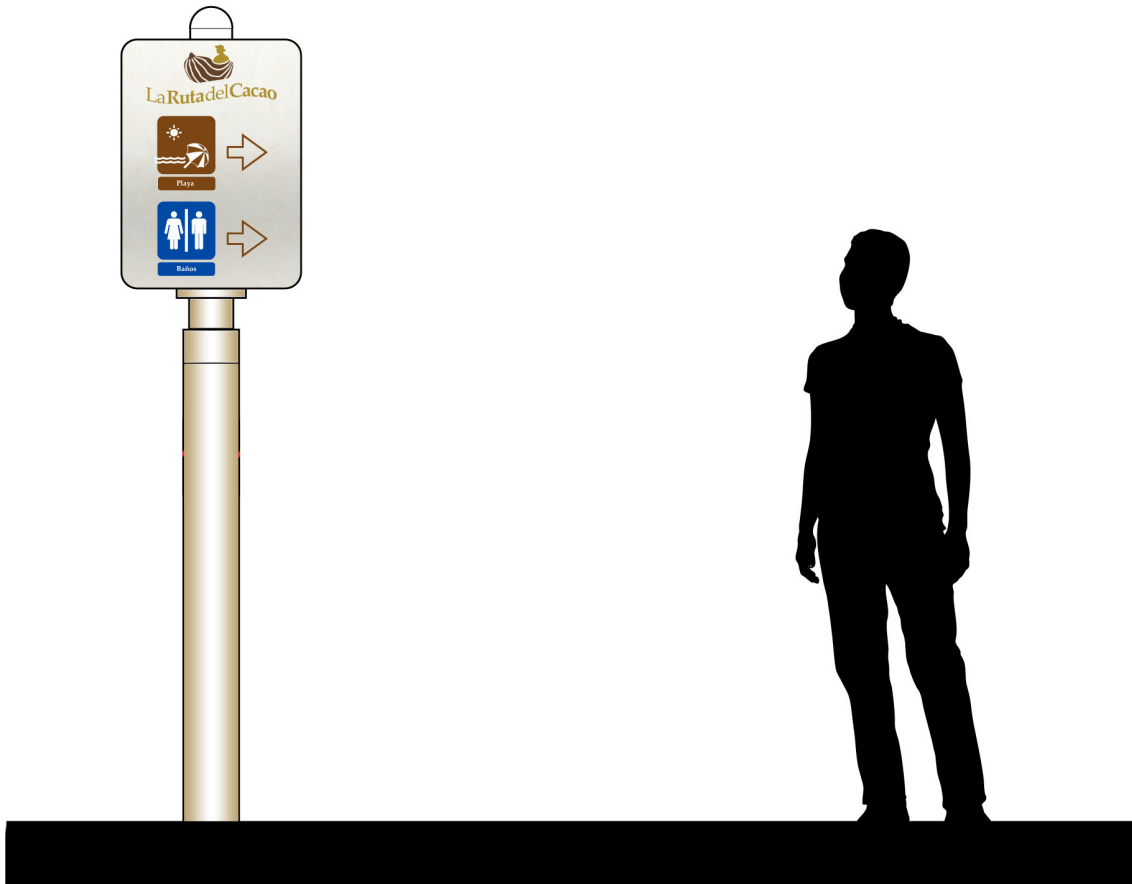
Señalización direccional dentro de la Ruta Peatonal

Este tipo de señalización se encuentra ubicado dentro el recorrido peatonal para que el usuario pueda orientarse y sienta la tranquilidad de identificar que se encuentra dentro del sendero.



Esta señalización cuenta con pictogramas que son fácilmente reconocibles por el usuarios y en la parte superior se encuentra el logotipo de la ruta. Se ha agregado también una flecha que permite al turista conocer que camino tomar para llegar a determinado sitio.



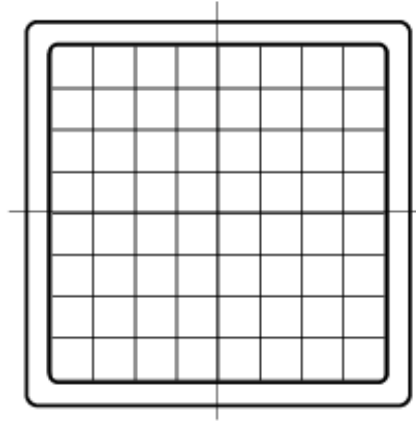


Pictogramas

El MINTUR ha creado un manual de señalización turística que debe aplicarse a nivel nacional en este se incluyen los pictogramas que deben utilizarse, pero para el propósito de este proyecto se ha decidido simplificar dichos pictogramas.

Basada en un retícula modular, simplificando los elementos dentro de los pictogramas y cambiando la tipografía utilizada dentro del proyecto, "Palatino Linotype", se han modificado con el fin de que sean más compatibles con el proyecto, pero manteniendo su estructura y propuesta inicial.




Retícula modular






























| ORIGINAL | ILUSTRACIÓN | SIMPLIFICACIÓN | MALLA | FINAL |
|--|--|--|---|--|
|  Cafetería |  Restaurante |  Restaurante |  Restaurante |  Restaurante |
|  Cafetería |  Cafetería |  Cafetería |  Cafetería |  Cafetería |
|  Bar |  Bar |  Bar |  Bar |  Bar |
|  Discoteca |  Discoteca |  Discoteca |  Discoteca |  Discoteca |
|  Piscina |  Piscina |  Piscina |  Piscina |  Piscina |




















| ORIGINAL | ILUSTRACIÓN | SIMPLIFICACIÓN | MALLA | FINAL |
|---|--|--|---|--|
|  Pesca (original) |  Pesca |  Pesca |  Pesca |  Pesca |
|  Kayak (original) |  Kayak |  Kayak |  Kayak |  Kayak |
|  Surf (original) |  Surf |  Surf |  Surf |  Surf |
|  Caminata (original) |  Caminata |  Caminata |  Caminata |  Caminata |
|  Ciclismo (original) |  Ciclismo |  Ciclismo |  Ciclismo |  Ciclismo |
|  Excursión (original) |  Excursión |  Excursión |  Excursión |  Excursión |

| ORIGINAL | ILUSTRACIÓN | SIMPLIFICACIÓN | MALLA | FINAL |
|---|---|---|--|---|
|  Fuera de Ruta |  Cabalgata |  Cabalgata |  Cabalgata |  Cabalgata |
|  Templo |  Refugio |  Refugio |  Refugio |  Refugio |
|  Aeropuerto |  Aeropuerto |  Aeropuerto |  Aeropuerto |  Aeropuerto |
|  Agua Potable |  Agua Potable |  Agua Potable |  Agua Potable |  Agua Potable |
|  Información |  Información |  Información |  Información |  Información |
|  Agencia de Turismo |  Agencia de Turismo |  Agencia de Turismo |  Agencia de Turismo |  Agencia de Turismo |

| ORIGINAL | ILUSTRACIÓN | SIMPLIFICACIÓN | MALLA | FINAL |
|--|--|--|---|--|
|  Gasolnora |  Gasolinera |  Gasolinera |  Gasolinera |  Gasolinera |
|  Teléfono |  Teléfono |  Teléfono |  Teléfono |  Teléfono |
|  Primeros Auxilios |  Primeros Auxilios |  Primeros Auxilios |  Primeros Auxilios |  Primeros Auxilios |
|  Vulcanizadora |  Vulcanizadora |  Vulcanizadora |  Vulcanizadora |  Vulcanizadora |
|  Hospital |  Hospital |  Hospital |  Hospital |  Hospital |
|  Alojamiento |  Alojamiento |  Alojamiento |  Alojamiento |  Alojamiento |

| ORIGINAL | ILUSTRACIÓN | SIMPLIFICACIÓN | MALLA | FINAL |
|--|---|---|--|---|
|  <p>Puerto Marítimo</p> |  <p>Puerto Marítimo</p> |  <p>Puerto Marítimo</p> |  <p>Puerto Marítimo</p> |  <p>Puerto Marítimo</p> |
|  <p>Mecánica</p> |  <p>Mecánica</p> |  <p>Mecánica</p> |  <p>Mecánica</p> |  <p>Mecánica</p> |
|  <p>Escritorio Habitación HM</p> |  <p>Baños</p> |  <p>Baños</p> |  <p>Baños</p> |  <p>Baños</p> |
| |  <p>Estación de Bus</p> |  <p>Estación de Bus</p> |  <p>Estación de Bus</p> |  <p>Estación de Bus</p> |
|  <p>Basurero</p> |  <p>Basurero</p> |  <p>Basurero</p> |  <p>Basurero</p> |  <p>Basurero</p> |
|  <p>Servicio Habitaciones M</p> |  <p>Mujeres</p> |  <p>Mujeres</p> |  <p>Mujeres</p> |  <p>Mujeres</p> |

| ORIGINAL | ILUSTRACIÓN | SIMPLIFICACIÓN | MALLA | FINAL |
|--|--|--|---|--|
|  <p>Sevase Hombres</p> |  <p>Hombres</p> |  <p>Hombres</p> |  <p>Hombres</p> |  <p>Hombres</p> |
|  <p>No botar Basura</p> |  <p>No botar Basura</p> |  <p>No botar Basura</p> |  <p>No botar Basura</p> |  <p>No botar Basura</p> |
|  <p>No encender fogatas</p> |  <p>No Fogatas</p> |  <p>No Fogatas</p> |  <p>No Fogatas</p> |  <p>No Fogatas</p> |
|  |  <p>No Pescar</p> |  <p>No Pescar</p> |  <p>No Pescar</p> |  <p>No Pescar</p> |

| ORIGINAL | ILUSTRACIÓN | SIMPLIFICACIÓN | MALLA | FINAL |
|--|---|---|--|---|
|  <p>Area protegida</p> |  <p>Area Protegida</p> |  <p>Area Protegida</p> |  <p>Área Protegida</p> |  <p>Área Protegida</p> |
|  <p>Observar Zonas Acuáticas</p> |  <p>Aves Acuáticas</p> |  <p>Aves Acuáticas</p> |  <p>Aves Acuáticas</p> |  <p>Aves Acuáticas</p> |
|  <p>Observar cría de ballenas</p> |  <p>Ballenas</p> |  <p>Ballenas</p> |  <p>Ballenas</p> |  <p>Ballenas</p> |
|  <p>Observar or de aves</p> |  <p>Observar Aves</p> |  <p>Observar Aves</p> |  <p>Observar Aves</p> |  <p>Observar Aves</p> |
|  <p>Observar flora</p> |  <p>Observar Flora</p> |  <p>Observar Flora</p> |  <p>Observar Flora</p> |  <p>Observar Flora</p> |
|  <p>Vivero</p> |  <p>Vivero</p> |  <p>Vivero</p> |  <p>Vivero</p> |  <p>Vivero</p> |

| ORIGINAL | ILUSTRACIÓN | SIMPLIFICACIÓN | MALLA | FINAL |
|--|--|--|---|--|
|  Mariposario |  Mariposario |  Mariposario |  Mariposario |  Mariposario |
|  Sendero |  Sendero |  Sendero |  Sendero |  Sendero |
|  Mirador |  Mirador |  Mirador |  Mirador |  Mirador |
|  Playa |  Playa |  Playa |  Playa |  Playa |
|  Bosque |  Bosque |  Bosque |  Bosque |  Bosque |
|  Manglares |  Manglares |  Manglares |  Manglares |  Manglares |

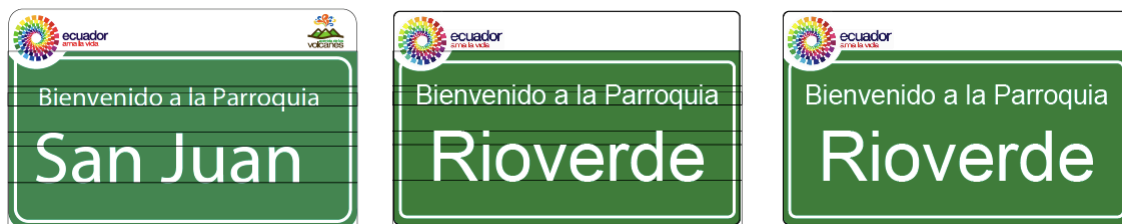
| ORIGINAL | ILUSTRACIÓN | SIMPLIFICACIÓN | MALLA | FINAL |
|--|--|--|---|--|
|  Agroturismo |  Agroturismo |  Agroturismo |  Agroturismo |  Agroturismo |
|  Artesanías Caca |  Artesanías |  Artesanías |  Artesanías |  Artesanías |
|  Turismo Comunitario |  Turismo Comunitario |  Turismo Comunitario |  Turismo Comunitario |  Turismo Comunitario |
|  Iglesia |  Iglesia |  Iglesia |  Iglesia |  Iglesia |
|  Monumento |  Monumento |  Monumento |  Monumento |  Monumento |
|  Río Navegable |  Río Navegable |  Río Navegable |  Río Navegable |  Río Navegable |

Dentro del manual de señalización turística creado por el MINTUR existen vallas informativas de destino que también han sido adecuadas para relacionarlas con el proyecto.

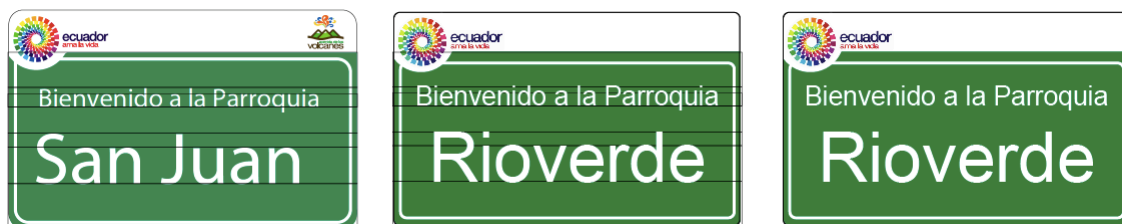
Valla informativas de Destino – Medida: 2,40m x 1,20 m



Valla informativas de Destino – Medida: 6,00m x 3,00 m



Valla informativas de Destino – Medida: 8,00m x 4,00 m



Valla informativas de Destino – Medida: 4,80m x 2,40 m



2.3 Aspectos culturales para el diseño del sistema visual.

Para el desarrollo del sistema visual se han tomado en cuenta el aspecto cultural de Esmeraldas, es por ello que se han utilizado elementos como: la gente, el baile, la música y la gastronomía para transmitir su esencia a través de imágenes que de manera intrínseca involucran un lugar de interés colmado de tradición y con una gran

historia luchadora. La utilización de elementos propios del área le da un carácter único en comparación con otros lugares turísticos, ya que son elementos que identifican adecuadamente la tradición y cultura esmeraldeña.

En primer lugar se ha tratado de representar el aroma de las haciendas cacaoteras y como éste logra atrapar a aquella persona que se aventura a visitarlas, luego con las imágenes se ha representado los elementos más representativos de este sector de la costa ecuatoriana, como son los trajes tradicionales de la marimba, los animales que se pueden encontrar en sus alrededores y también el elemento más importante de este recorrido: el cacao.

2.4 Proforma.

Para poder determinar cual es el costo aproximado de la implementación de este proyecto se decidió acudir a varias imprentas que aportaron con los valores para cada elemento de diseño. Estos valores pueden estar sujetos a fluctuación debido al alza en costos de los materiales, además los precios pueden variar dependiendo del lugar en donde se realicen las artes finales.

La proforma es una cotización en la cual se hace una referencia de precios que incluye la descripción del producto o del servicio. Estas proformas se han realizado con el fin de comparar el precio más bajo y el que cuenta con todos los requerimientos para la realización de este proyecto.

Esta proforma se realizó gracias a información brindada por FullPrint e Induvallas, en el mes de Mayo del 2012, es por ello que si se desea implementar este proyecto se deben realizar nuevas cotizaciones para así determinar su precio real.

A continuación las proformas conseguidas:

PROPUESTA ECONÓMICA ARRENDAMIENTO DE VALLAS

| ARRIENDO DE VALLAS TUBULAR | | | | |
|----------------------------|---------------|--------------------|----------|-------------|
| CANT. | DETALLE | CIUDAD | PERIODO | VALOR |
| 1 | VALLA TUBULAR | QUITO - ESMERALDAS | 12 MESES | \$ 7.294,10 |
| 1 | VALLA TUBULAR | QUITO - ESMERALDAS | 6 MESES | \$ 5.105,87 |
| 1 | VALLA TUBULAR | QUITO - ESMERALDAS | 3 MESES | \$ 3.574,11 |
| 1 | VALLA TUBULAR | QUITO - ESMERALDAS | 1 MES | \$ 1.710,00 |

Estos precios no incluyen el 12% del IVA

ARRENDAMIENTO DE VALLAS INCLUYE:

- Estructura metálica
- Pantalla vinílica flexible fotográfica full color, Front light
- Mantenimiento continuo
- Instalación
- Trámites Municipales o Provinciales
- Los impuestos provinciales y/o municipales si existieran los pagará INDUVALLAS
- INDUVALLAS asume el **100%** del arriendo de los sitios para la instalación de las Vallas
- Seguro contra robos y daños

PLAZO DE ENTREGA: Inmediata, a partir de la entrega de artes y aprobación de la prueba de color.

FORMA DE PAGO: 60% a la FIRMA DEL CONTRATO
40% a 30 días

CAPÍTULO 3:

Luego de realizar el trabajo investigativo y el diseño de la promoción turística se ha realizado en el presente capítulo una evaluación ante los posibles usuarios y las autoridades pertinentes para comprobar la efectividad del proyecto.

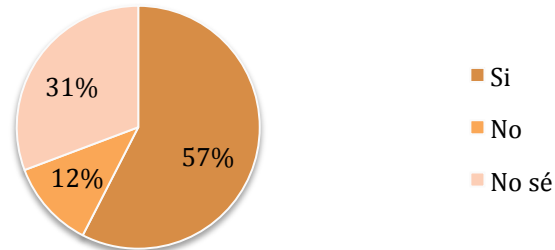
3.1 Respuesta de los usuarios ante la propuesta.

Luego de haber realizado el trabajo de diseño se ha ejecutado una encuesta en donde se han obtenido los siguientes resultados por parte de los usuarios que han podido observar el logotipo.

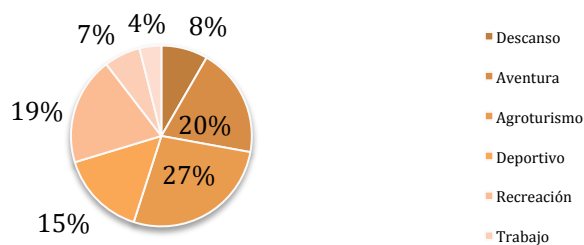
Basándonos en los valores de usuarios determinados mediante la fórmula ubicada en la página 17 se ha realizado la encuesta a 384 personas y se han obtenido los siguientes resultados:



¿Usted iría al lugar que el logotipo promueve?



¿Qué tipo de turismo cree usted que el logotipo representa?



Ante estos resultados se puede concluir que el logotipo si transmite el mensaje que requiere y que es un medio identificativo para un lugar turístico y en donde se practica el agroturismo.

En cuanto a la validación de las piezas gráficas se prefirió no realizar una validación con los usuarios sino más bien con las autoridades pertinentes, ya que ellos tienen una mayor conocimiento de que elementos son los mejores para poder transmitir toda la información necesaria del lugar.

3.2 Respuesta de las autoridades ante la propuesta.

Luego de haber realizado el trabajo de diseño se ha ejecutado una entrevista a las autoridades pertinentes en donde se han obtenido los siguientes resultados que han llevado a las correcciones y al resultado final de este proyecto.

Para la validación del logotipo se tomó la opinión de 4 autoridades que se encuentran estrechamente relacionadas con el proyecto:

- Lcdo. Carlos Acosta – Director Provincial MINTUR
- Lcda. Vielka Hidalgo – Representante MINTUR en el cantón Rioverde
- Dr. Patricio Meza – Gerente CORPO Esmeraldas
- Lcdo. Luis Lopez - Alcalde del cantón Rioverde

A partir de la entrevista que se encuentra como Anexo 9 se han podido obtener las siguientes respuestas ante el logo:

- Representa al lugar.
- Muestra el tipo de actividades que se realizan.
- Adecuado para la identificación de la Ruta del Cacao.

Para la validación de los elementos publicitarios se ha consultado (Anexo 10) al Doctor. Patricio Meza, Gerente CORPO Esmeraldas y responsable de la ejecución del proyecto de la Ruta del Cacao, y el ha concluido que los elementos de diseño generados son ideales para empezar una relación emisor – mensaje – receptor.

3.4 Resultados finales.

El presente trabajo es un aporte a la construcción de un nuevo destino turístico como es La Ruta del Cacao, este proyecto gráfico debe verse acompañado de la participación de las autoridades de turismo y de gobierno del cantón, ya que sin ellos no existirá una correcta divulgación entre los habitantes del lugar y los turistas.

Los resultados de este proyecto no se pueden valorar fácilmente, se necesitan meses o inclusive años para poder conocer el impacto que se puede tener. Pero si se puede mencionar, que a partir de este trabajo se empezará con la promoción del recorrido. Existen personas que se encuentran muy interesadas en promover un nuevo lugar de recreación dentro de la provincia verde y este proyecto logrará abrir muchas posibilidades para ello.

Hay que recordar que Rioverde cuenta con una actividad turística mínima y necesita el apoyo de los lugareños y de inversionistas para crecer y que este proyecto contribuirá pero que no realizará todo el trabajo solo. Se necesitan personas deseosas de

trabajar, aprender y contribuir con su cantón que quieran conocer como implementar el agroturismo en sus vidas y como atrapar a los turistas con su encanto.

Este trabajo puede contribuir a que el proyecto no sea olvidado, ya que la constante participación de las autoridades los ha llevado a estar pendiente de él y a realizar actividades que logren impulsarlo.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES:

Para concluir con este TFC se han elaborado las conclusiones que se han podido obtener del desarrollo de este proyecto y cuales son las recomendaciones para su implementación y para obtener mayor efectividad.

Conclusiones.

Las conclusiones se han obtenido después de analizar los objetivos y comprobar su nivel de desarrollo a lo largo de la realización de este TFC.

Papel de la promoción turística.

A partir del desarrollo de este trabajo final de carrera se ha llegado a las siguientes conclusiones con respecto a la promoción turística actual.

- La promoción actual a pesar de contar con información del cantón, carece de identidad y no genera persuasión.
- Los medios impresos existentes son escasos y no hay una correcta difusión de ellos, ya que el único lugar donde se encontraban disponibles era en la oficina de turismo del cantón Rioverde.
- La promoción actual carece de discurso visual, generando sólo una línea de lectura en donde el texto y las imágenes solo cumplen la función de informar y no la de atraer al usuario a su visita.

Papel del diseño gráfico.

Gracias al diseño gráfico se ha podido generar una identidad a la Ruta del Cacao en donde se han tomado en cuenta los atributos esenciales para capturar la esencia y el concepto que se desea transmitir a los usuarios.

Con el diseño gráfico se ha generado una posible solución a un problema que ha impedido el desarrollo turístico de un sitio con gran potencial. La comunicación visual

ha permitido la interpretación, el ordenamiento y la presentación de un mensaje: “tierra de historia y tradición en donde el cacao forma parte esencial de su cultura”.

Con el diseño se ha trabajado en transmitir con efectividad, pregnancia y belleza toda la información que se debe reflejar para cumplir el propósito de comunicar y persuadir al usuario de visitar el destino.

Debido a la interrelación del diseño con otras disciplinas se ha podido generar un sistema visual que además de tener valores en diseño gráfico cuenta con el apoyo del turismo, de comunicación estratégica y marketing, logrando que este proyecto cuente con bases sólidas para su posible ejecución.

Con respecto a los objetivos específicos propuestos en el primer capítulo se ha podido concluir:

- Que los elementos de diseño necesarios para poder crear un sistema visual de promoción dependen de las cualidades de informar, persuadir y educar que posean y que para poder generar un sistema se necesita determinar cual es el papel que cumple cada pieza gráfica para así determinar su indispensabilidad dentro del proyecto.
- Los turistas forman parte esencial del desarrollo de los elementos de promoción, ya que conociendo su rutina para obtener información se puede determinar cuales son los elementos visuales que se deben implementar, así como el donde y el cuando hacerlo.
- Gracias a la validación con autoridades se ha podido conocer si los elementos diseñados cumplen con la función que se les ha designado y si transmiten el mensaje requerido por el proyecto. Cada una de las opiniones vertidas por los entrevistados forman parte de este trabajo y han llevado a la generación de los elementos finales.

Del proyecto

Acercas del desarrollo se puede concluir que a pesar de no encontrarse implementado aún se van a obtener resultados positivos, ya que de ser un lugar escasamente visitado podrá convertirse poco a poco en un lugar turístico a nivel provincial, luego nacional y finalmente internacional.

En relación a los objetivos planteados al principio de este trabajo se puede decir que se va a cumplir el apoyar al desarrollo turístico del cantón Rioverde con los elementos gráficos desarrollados.

Es posible que al generar esta campaña de difusión se atraigan a inversionistas al lugar que contribuyan al desarrollo cantonal y a mejorar la calidad de vida de los moradores. Además promocionando el turismo comunitario y el agroturismo se abren nuevas áreas de trabajo para los lugareños modificando su estilo de vida, su forma de cuidar el ambiente y hasta su forma de tratar con los visitantes en una manera positiva.

Recomendaciones

De la promoción turística

De acuerdo a los resultados conseguidos en el desarrollo del presente trabajo final de carrera se han obtenido las siguientes recomendaciones para la promoción turística en la Ruta del Cacao.

- Se debe generar un sistema de difusión correcto para así llegar a los posibles usuarios.
- La promoción turística impresa debe ser ubicada en lugares de atracción y donde sea fácil de tomar de los interesados.
- La promoción turística en carreteras debe ser ubicada en puntos clave, que permitan su completa visualización desde los vehículos.
- Se recomienda generar los elementos de diseño en dos idiomas, para poder acceder a las personas que no hablan español sino también a aquellos que hablan inglés.

Del proyecto

Según los resultados obtenidos en el desarrollo del presente trabajo se han generado las siguientes recomendaciones con respecto al proyecto.

- Se recomienda la entrega del presente proyecto a las autoridades pertinentes para una posible implementación del mismo.
- La implementación del presente trabajo para generar una mayor difusión a posibles turistas alrededor del mundo.
- Ampliar el sistema de promoción, en donde se abarquen más medios de comunicación y se pueda difundir a una mayor cantidad de público.

Del ámbito turístico

De acuerdo a los resultados adquiridos en el desarrollo del presente trabajo final de carrera se han obtenido las siguientes recomendaciones para el turismo en la Ruta del Cacao.

- El incremento de lugares de hospedaje y de recreación para los turistas con el fin de atraer a visitantes que no solo se encuentren interesados en practicar agroturismo, sino también turismo de diversión o cultura.
- La generación de programas educativos en donde se encuentren involucrados los habitantes de Rioverde con el fin de que aprendan acerca del turismo comunitario y como tratar a los turistas.
- La implementación del sistema de señalización turística en toda la región con el fin de generar un más fácil recorrido para los visitantes.
- La conservación y recuperación de sitios de posible interés del cantón.
- La participación directa de las autoridades del cantón Rioverde con el fin de mantener el turismo emergente y cultivarlo.

ANEXOS

Para confirmar cierta información utilizada dentro del trabajo investigativo y de diseño se han agregado los anexos que ayudaran a afirmar el presente proyecto.

Anexo1: Fuente Boletín de Estadísticas Turísticas 2005- 2009 Pág. 2.

Cuadro N° 2
ENTRADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR SEGÚN PAÍS DE NACIONALIDAD
AÑOS: 2005 - 2009

| NACIONALIDAD | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|------------------------|----------------|----------------|----------------|------------------|----------------|
| TOTAL | 859.888 | 840.555 | 937.487 | 1.005.297 | 968.499 |
| ÁFRICA | 1.919 | 1.240 | 1.360 | 1.560 | 3.254 |
| OTROS ÁFRICA | 1.919 | 1.240 | 1.360 | 1.560 | 3.254 |
| TODOS ÁFRICA | 1.919 | 1.240 | 1.360 | 1.560 | 3.254 |
| AMÉRICAS | 690.743 | 642.075 | 729.610 | 753.266 | 734.524 |
| EL CARIBE | 5.301 | 5.483 | 7.381 | 14.424 | 31.209 |
| CUBA | 2.917 | 3.139 | 4.763 | 10.904 | 27.065 |
| OTROS CARIBE | 2.384 | 2.344 | 2.618 | 3.520 | 4.144 |
| AMER CENTRAL | 12.010 | 10.858 | 11.413 | 13.649 | 13.652 |
| COSTA RICA | 2.986 | 2.723 | 3.078 | 4.045 | 3.921 |
| PANAMÁ | 4.813 | 3.731 | 3.582 | 4.504 | 4.279 |
| OTAMER CENT | 4.211 | 4.404 | 4.753 | 5.100 | 5.452 |
| AMER NORTE | 235.314 | 231.201 | 273.552 | 280.934 | 278.280 |
| CANADÁ | 16.428 | 17.059 | 21.571 | 22.839 | 22.489 |
| MÉXICO | 12.047 | 9.065 | 10.963 | 13.689 | 13.695 |
| EEUU | 206.839 | 205.077 | 241.018 | 244.406 | 242.096 |
| AMÉRICA SUR | 438.116 | 394.531 | 437.264 | 444.251 | 411.381 |
| ARGENTINA | 16.720 | 16.666 | 19.226 | 21.718 | 22.675 |
| BOLIVIA | 3.730 | 3.579 | 4.444 | 4.797 | 4.487 |
| BRASIL | 11.255 | 11.892 | 13.400 | 15.052 | 14.395 |
| CHILE | 18.228 | 18.341 | 21.674 | 24.212 | 25.195 |
| COLOMBIA | 177.700 | 179.487 | 203.326 | 200.487 | 160.116 |
| PERÚ | 191.048 | 145.410 | 150.439 | 147.420 | 150.548 |
| URUGUAY | 2.313 | 2.185 | 2.663 | 2.758 | 2.967 |
| VENEZUELA | 16.276 | 16.178 | 21.110 | 26.771 | 29.416 |
| OTR AM SUR | 846 | 793 | 982 | 1.036 | 1.582 |
| OTROS AMÉRICA | 2 | 2 | 0 | 8 | 2 |
| OTR AMÉRICA | 2 | 2 | 0 | 8 | 2 |
| ASIA OR/PACI | 20.222 | 19.488 | 25.223 | 39.799 | 33.590 |
| AS NORDESTE | 4.271 | 4.002 | 4.760 | 5.533 | 4.951 |
| JAPÓN | 4.271 | 4.002 | 4.760 | 5.533 | 4.951 |
| AUSTRALASIA | 6.643 | 6.396 | 7.988 | 9.696 | 9.876 |
| AUSTRALIA | 5.549 | 5.206 | 6.423 | 7.902 | 8.241 |
| NUEVA ZELAND | 1.094 | 1.190 | 1.565 | 1.794 | 1.635 |
| OTAS OR/PAC | 9.308 | 9.090 | 12.475 | 24.570 | 18.763 |
| OTROS ASIA | 9.224 | 9.044 | 12.434 | 24.520 | 18.685 |
| OTR OCEANÍA | 84 | 46 | 41 | 50 | 78 |
| EUROPA | 146.537 | 144.682 | 179.700 | 194.621 | 197.062 |
| EUROPA NORTE | 22.822 | 22.008 | 27.014 | 25.180 | 25.030 |
| REINO UNIDO | 22.822 | 22.008 | 27.014 | 25.180 | 25.030 |
| EUR MERIDION | 44.234 | 47.940 | 59.429 | 63.736 | 71.159 |
| ITALIA | 12.278 | 11.438 | 13.071 | 13.799 | 14.759 |
| ESPAÑA | 31.956 | 36.502 | 46.358 | 49.937 | 56.400 |
| EUR OCCIDENT | 53.629 | 48.416 | 58.968 | 62.743 | 64.127 |
| FRANCIA | 15.363 | 14.181 | 16.856 | 18.876 | 19.810 |
| ALEMANIA | 20.809 | 18.586 | 23.302 | 24.227 | 24.841 |
| PAÍSES BAJOS | 9.115 | 7.875 | 10.085 | 11.100 | 10.690 |
| SUIZA | 8.342 | 7.774 | 8.725 | 8.540 | 8.786 |
| EUR MED.ORIE | 2.739 | 3.098 | 3.687 | 4.262 | 4.335 |
| ISRAEL | 2.739 | 3.098 | 3.687 | 4.262 | 4.335 |
| OTROS EUROPA | 23.113 | 23.220 | 30.602 | 38.700 | 32.411 |
| OTROS EUROPA | 23.113 | 23.220 | 30.602 | 38.700 | 32.411 |
| SIN ESPECIFICAR | 467 | 33.070 | 1.594 | 16.051 | 69 |
| OTR.MUNDO | 467 | 33.070 | 1.594 | 16.051 | 69 |

Fuente: Anuarios de Entradas y Salidas Internacionales - INEC 2005-2007 y 2009
Dirección Nacional de Migración - 2009
Clasificación OMT

Anexo 2: Encuesta.

Turismo en el Ecuador

Encuesta para conocer las preferencias de los turistas a nivel interno. Por favor contestar con información referente a las vacaciones que realiza dentro del Ecuador.

¿Cuál es tu edad? *

¿Cuál es tu sexo? *

- Femenino
 Masculino

¿Cuál es tu ocupación? *

- Estudiante
 Profesional
 Ama de Casa
 Sin ocupación

¿Qué tipo de turismo practicas usualmente? *

- Aventura
 Naturaleza
 Cultural
 Deportivo
 Descanso
 Recreación

¿Qué región visitas usualmente cuando vacacionas? *

- Costa
 Sierra
 Amazonía
 Insular

¿Qué lugar prefieres visitar? *

Cual es el lugar específicamente que más visitas

¿Cuánto tiempo sueles salir de vacaciones? *

- De 1 - 3 días
 De 4 - 6 días
 De 7 - 10 días
 De 11 - 15 días
 De 16 días a un mes

¿Cuánto dinero sueles gastar en tus vacaciones? *

- De \$30 - \$50
 De \$60 - \$100
 De \$110 - \$200
 De \$210 - \$300
 De \$310 - \$400
 De \$410 - \$500
 De \$510 en adelante

¿Cómo te enteras de los lugares turísticos que visitas? *

- Me contaron
 Por Internet
 Por publicidad
 Por agencias de viaje

¿Cómo te trasladas al lugar turístico? *

- Avión
 Auto particular
 Bus
 Barco

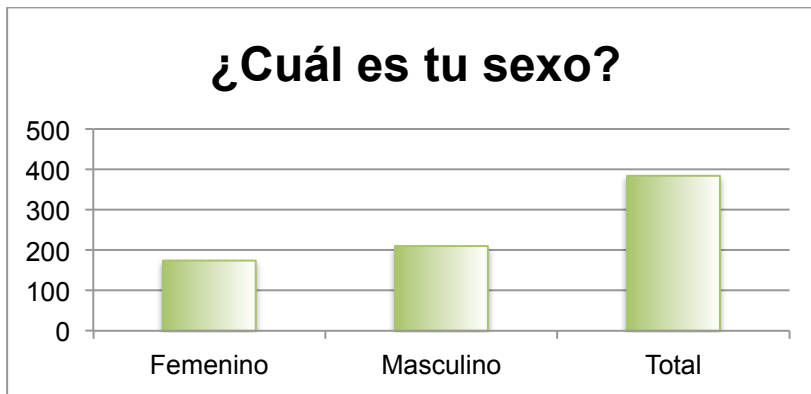
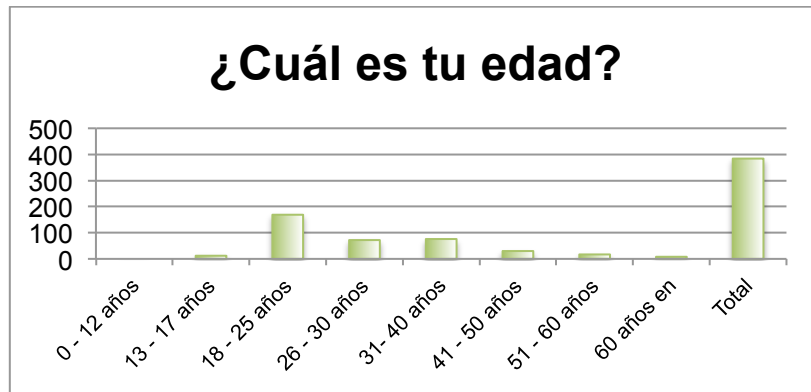
¿Qué actividad realizas mientras te encuentras vacacionando? *

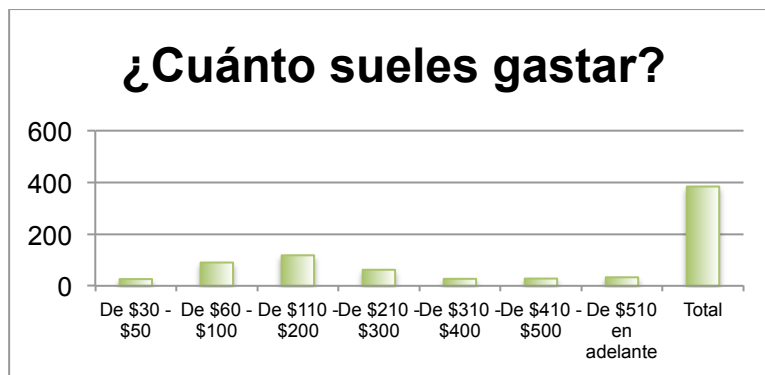
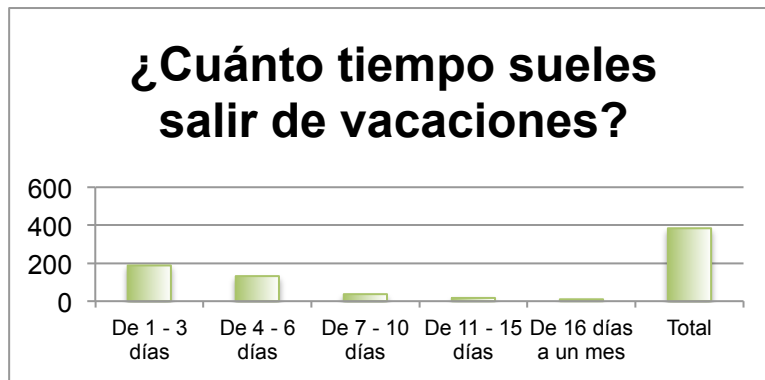
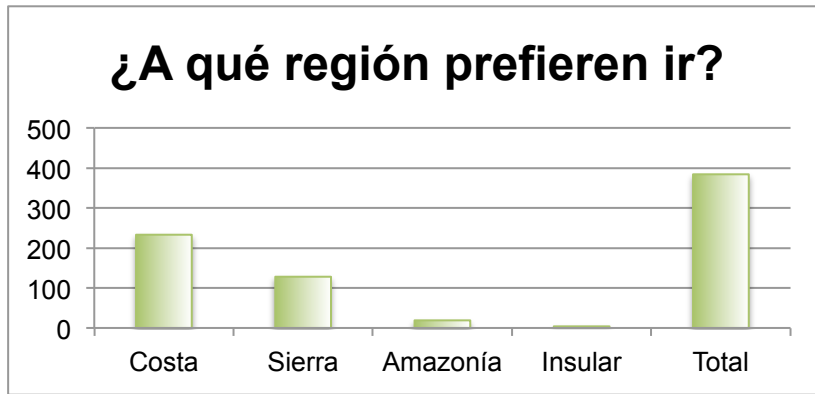
- Descansar
 Conocer el lugar
 Fotografiar
 Divertirse
 Comer
 Deporte
 Conocer gente
 Ciclismo
 Disfrutar de la naturaleza

¿Estarías interesado en conocer nuevos atractivos turísticos en el Ecuador? *

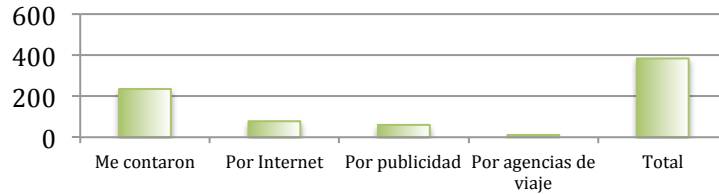
- Si
 No
 No lo sé

Anexo 3: Resultados de las Encuestas.

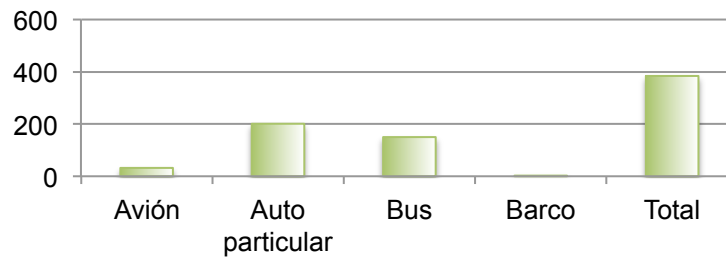




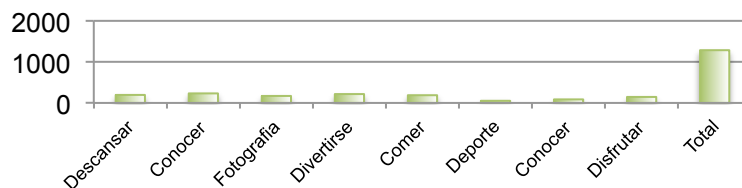
¿Cómo te enteras de los lugares turísticos que visitas?



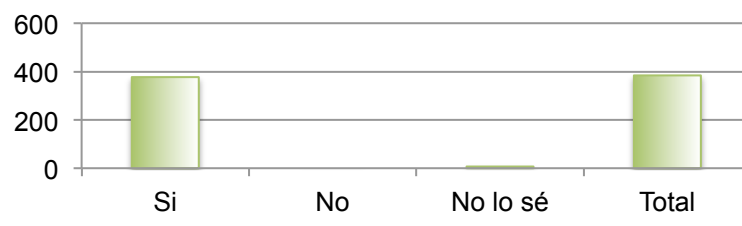
¿Cómo te trasladas al lugar turístico?



¿Qué actividad realizas mientras te encuentras vacacionando?



¿Estarías interesado en conocer nuevos atractivos turísticos en el Ecuador?



Anexo 4: Entrevista

ENTREVISTAS A OPERADORAS DE TURISMO

La presente entrevista esta dirigida a operadoras de turismo ecuatorianas que tengan contacto con varios tipos de usuarios para conocer sus preferencias, que tipo de turismo practican y cuales son los lugares preferidos para la práctica de dicha actividad, con el fin de obtener bases sólidas para fundamentar el Trabajo Final de Carrera en la carrera de Diseño Grafico CV de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

NOMBRE DE LA ENTREVISTADORA: STEFANÍA MACÍAS GARCÍA

NOMBRE DE LA OPERADORA:

DIRECCIÓN:

TELÉFONO:

NOMBRE DE PERSONA ENTREVISTADA:

1. ¿EN QUE TIPO DE TURISMO SE ENCUENTRA ESPECIALIZADA ESTA COMPAÑIA?

2. ¿CUÁL ES EL TIPO DE TURISMO MAS FRECUENTE EN ECUADOR?

3. ¿CUÁLES SON LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS TURÍSTICOS NATURALES DEL PAÍS A LOS QUE PROGRAMAN SU VISITA LOS TURISTAS QUE USAN SUS SERVICIOS?

4. ¿QUIÉNES SON LOS PRINCIPALES TURISTAS QUE ACUDEN A SU OPERADORA PARA REALIZAR TURISMO NATURAL O RURAL?(NACIONALIDAD, EDAD, SEXO)

5. ¿CUÁLES SON LAS PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS QUE LOS DEFINEN?

6. ¿CUÁNTO DINERO ESTÁN DISPUESTOS LOS TURISTAS A GASTAR?

7. ¿CÓMO SE TRASLADAN A LAS DIFERENTES ZONAS DONDE SE REALIZA EL TURISMO NATURAL O RURAL?

8. ¿CUÁLES SON LAS PRINCIPALES ACTIVIDADES QUE REALIZAN LOS TURISTAS EN ESTAS ZONAS?

9. ¿CÓMO PROMUEVE EL SERVICIO DE TURISMO SU OPERADORA, QUE MEDIOS UTILIZA?

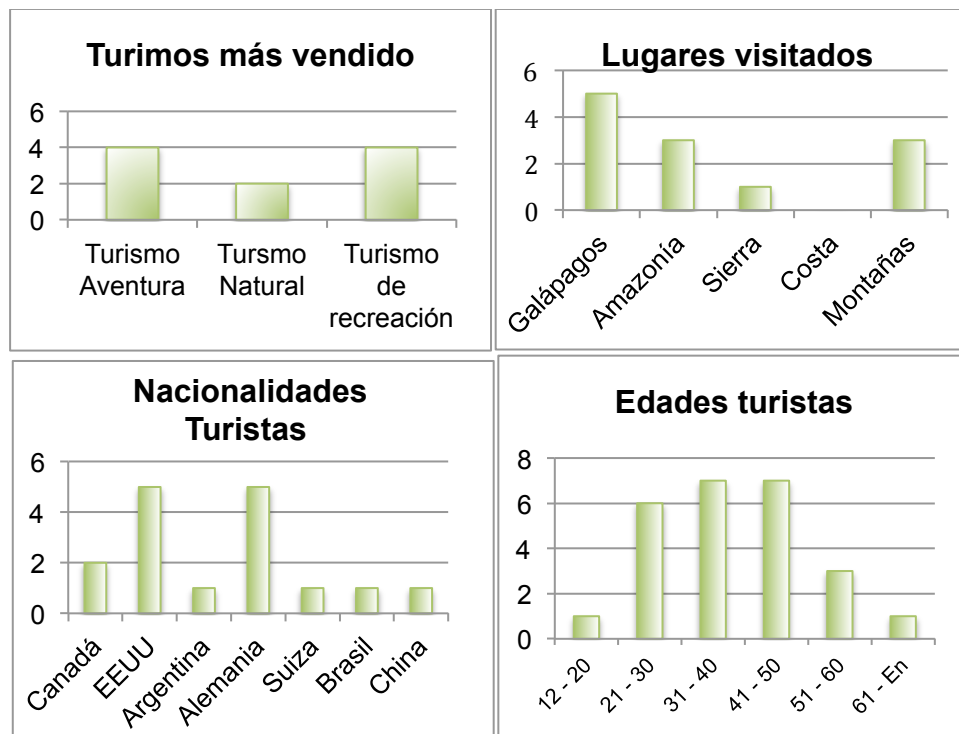
10. ¿CÓMO SE ENTERAN LOS TURISTAS DE ESTOS LUGARES?

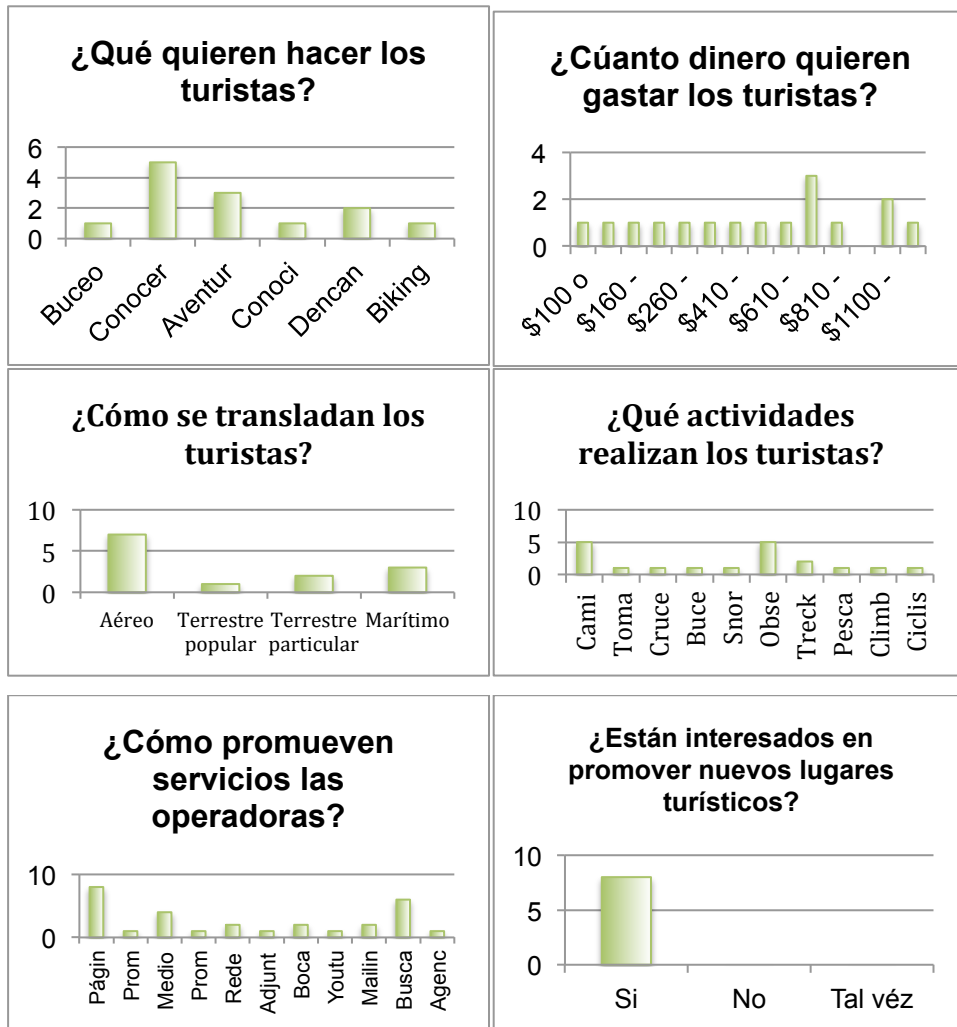
11. ¿CUÁL ES SU PRINCIPAL COMPETENCIA?

12. ¿SE ENCONTRARÍAN INTERESADOS EN PROMOVER NUEVOS LUGARES TURÍSTICOS NATURALES EN EL PAÍS?

- SI
- NO
- TAL VEZ

Anexo 5 : Resultados Entrevistas.





Anexo 6: Fuente Diario La Hora.

PAÍS

B4

MARTES
04 DE ENERO DE 2011
Ecuador

Ministerio del Deporte funcionaría en Esmeraldas

ESMERALDAS • El presidente Rafael Correa en el primer enlace ciudadano de 2011 anunció el inicio de un plan piloto para reubicar instituciones estatales en diferentes ciudades del país.

Según el anuncio, el Ministerio de Deportes será trasladado a Esmeraldas, provincia que aporta una cantidad de deportistas de alto rendimiento.

La noticia causó satisfacción y escepticismo entre las personas vinculadas con el deporte en la provincia. Humberto Busto Tello, médico que trabaja para el deporte provincial, saluda la decisión presidencial. “Felicitó al Presidente; ya era hora que se hiciera justicia con Esmeraldas, ahora espero que la presencia del Ministerio en esta ciudad sirva para mejorar las instalaciones deportivas, atender a los niños y jóvenes y evitar que éstos se vayan a otras provincias; que no exista una actitud politiquera de quienes lo van a manejar”.

La jefa de la Dirección de Deportes del Municipio de Esmeraldas, Pilar Tenorio Martínez considera que “está demostrado que sólo con la cantera no podemos salir adelante, se necesita de una mejor atención, si el Ministerio funciona en esta ciudad, podemos descubrir y atender de mejor forma a los talentos. Ojalá se cumpla”, comentó la ex seleccionada ecuatoriana de básquetbol.

Anexo 7:



NOTICIAS ESMERALDAS

La Usaid entregará apoyo para turismo comunitario

Miércoles, 8 de Febrero de 2012

Como parte del proyecto de turismo comunitario 'Ruta del Cacao', la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (Usaid) entregará un bote, kayak y chalecos salvavidas, para las comunidades 'San Vicente' y 'Vuelta Larga' de Rioverde, provincia Esmeraldas.

La ceremonia se desarrollará en Vuelta Larga, cantón Rioverde, mañana jueves 9 de febrero a partir de las 10:00, con la presencia del subadministrador adjunto para América Latina y el Caribe de la Usaid, Mark Lopes, y de Andrew Herscowitz, director de la Usaid en Ecuador.

Además, la prefecta de Esmeraldas, Lucía Sosa Robinzón, y el alcalde de Rioverde, Luis López Estupiñán. Este acto es parte de las actividades que la Usaid está desarrollando en el Ecuador para celebrar los 50 años de su creación.

Alianza estratégica

El proyecto 'Ruta del Cacao' es producto de la alianza estratégica entre el Gobierno Provincial de Esmeraldas, CorpoEsmeraldas y la Usaid a través de su proyecto Red Productiva.

También participan el Ministerio de Turismo, Municipio del cantón Rioverde y el Fondo Ecuatoriano de Cooperación, que han depositado su confianza y esfuerzo en la promoción de este proyecto en beneficio de la comunidad.

La 'Ruta del Cacao' promueve el desarrollo de destinos culturales y culinarios relacionados con la producción de cacao en esta Provincia. Se ofrecerá excursiones hacia plantaciones de cacao, atracciones acuáticas de la zona, artesanías y promoción de productos culinarios de la región. Mejorar servicios

La donación que hace la Usaid aportará a mejorar los servicios de turismo a lo largo de la ruta y desarrollará iniciativas para mejorar las ventas de este producto turístico. Con ello, la Usaid busca generar mayores oportunidades económicas para la población de Esmeraldas.

Anexo 8:



NOTICIAS ESMERALDAS

México consume cacao esmeraldeño

Sábado, 14 de Abril de 2012



México consume cacao esmeraldeño

550 quintales de cacao fueron vendidos a una empresa Agroindustria de México por parte de la Unión de Asociaciones 'Eloy Alfaro', que es apoyada por Corpoesmeraldas.

El gerente de Corpoesmeraldas, Patricio Meza Mosquera, explicó que el empresario ya respondió del envío que es un producto de buena calidad y que le gustaría continuar trabajando con este producto.

"Nos ha dicho que se le envíe nuevamente por el Puerto de Esmeraldas dos contenedores de cacao, pedido que se concretará en los próximos días", refirió Meza Mosquera.

No hay intermediarios

Agregó que este nuevo movimiento de negocio es bueno para los productores. "Ya no tendrán intermediarios de Guayaquil para vender sus productos como sucedía antes, porque ahora productores e inversionistas negocian de manera directa", agregó.

En la actualidad en la provincia Esmeraldas existen 12 organizaciones productoras de cacao, pero solo tres microempresas agro apoya la Corpoesmeraldas a las cuales se les está buscando nexos para que exporten sus productos al mercado internacional.

Este apoyo es porque de este proceso económico se benefician más de 600 familias directa e indirectamente, refiriéndose a los microempresarios suplementarios que son quienes entregan la asistencia técnica, con lo que se logra una producción de calidad.

Anexo 9:

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
QUITO

ENTREVISTADORA: Stefania Macías García

NOMBRE DEL LUGAR DE TRABAJO: _____

NOMBRE DEL ENTREVISTADO: _____

1. ¿Cuál es su opinión con respecto al logo y si tuviera que realizarle algún cambio cual sería?

2. ¿Usted cree que el Logo identifica a la Ruta del Cacao? ¿Por qué?

3. Dentro de los elementos de promoción. Nombre los puntos donde cree necesitaría una intervención para que el turista conozca y quiera acceder al lugar (Ejemplo: Carretera, Aeropuerto, etc.).

4. De los elementos de diseño que se han propuesto. Mencione 9 que considere que se deben incluir dentro del proceso de diseño.

5. ¿Considera que los elementos de diseño son adecuados o agregaría alguno al proceso de diseño?

6. ¿Cree que estos elementos apoyen al desarrollo de la Ruta del Cacao en Rioverde?

7. ¿Cuál es su opinión con respecto a este proyecto?

Anexo 10:

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
QUITO**

**TRABAJO FINAL DE CARRERA PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
DISEÑADOR**

ENTREVISTADORA: Stefania Macías García

NOMBRE DEL LUGAR DE TRABAJO: _____

NOMBRE DEL ENTREVISTADO: _____

1. ¿Cuál es su opinión con respecto las piezas gráficas: cumplen la función de informar sobre la Ruta del Cacao?

2. ¿Usted cree que el las pieza graficas identifica a la Ruta del Cacao? ¿Por qué?

3. Especifique: ¿Qué cambios realizaría a la pieza gráficas?
 - Afiche:
 - Vallas:
 - Infografía:
 - Volante:
 - Plegable:
 - Etiquetas de esencia:

4. Realice un comentario final acerca de este proyecto:

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

Acaso, María, (2006). *El lenguaje visual*, Barcelona, Editorial Paidós Ibérica.

Acerenza, Miguel Ángel, (2004). *Fundamentos de marketing turístico*, México DF, Editorial Trillas.

Aladro Vico, Eva, (1999). *Teoría de la información y la comunicación efectiva*, Madrid, Editorial Fragua.

Ambrose, Gavin y Harris, Paul, (2005). *Tipografía*, Barcelona, Grupo Editorial Norma.

Arfuch, Leonor, Norberto Chaves y María Ledesma, (2005). *Diseño y comunicación: Teorías y enfoques críticos*, Buenos Aires, Editorial Paidós Ibérica.

Bucheli, Paulina, (2009). *Resumen Ejecutivo de la Propuesta de Desarrollo Turístico en Río Verde*.

Carpintero, Carlos, (2007). *Sistemas de identidad*, Buenos Aires, Editorial Argonauta.

Capuz Rizo , Salvador y cols, (2006). *Ecodiseño: Ingeniería del ciclo de vida para el desarrollo de productos sostenibles*, México DF, Alfaomega.

Chavez, Norberto, (1997) *Diseño y Comunicación: teorías y enfoques críticos*. Paidós: Buenos Aires, 1997.

Costa, Joan, (2008). *Señalética Corporativa*, Barcelona, Gráfico. Granollers.

Frascara, Jorge, (2006). *El diseño de comunicación*, Buenos Aires, Infinito.

Hernández Díaz, Edgar, (2009). *Planificación turística: un enfoque metodológico*, México, Trillas.

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, (2003).

Perspectivas tuísticas para el cantón de Vázquez de Coronado: Proyecto Agroturismo, una alternativa para el desarrollo rural cantonal, San José de Costa Rica, (N.E).

Instituto Nacional de Estadística Y Censos, (2001). *VI Censo de población y V de vivienda 2001 Resultados Definitivos Provincia de Esmeraldas*, Tomo I, Ecuador, (N.E).

Kotler, Philip y Gary Amstrong, (2003). *Fundamentos de marketing* (6ta edición), México, Pearson Educación.

Loor, Manuel, (2008). *Conoce tu Provincia*, Ecuador.

Martín, Ángel, (2007). *Especialidad Administración General*, España, Editorial Mad.

Martinez, Juan, (1999). *Alojamiento turístico rural*, España, Editorial Síntesis.

Milio Balanzá, Isabel, (2004). *Diseño y comercialización de productos turísticos locales y regionales*, España, Thomson Editores Spain.

Ministerio de Turismo del Ecuador, (2010). *Boletín de Estadísticas Turísticas 2005 - 2009*. Ecuador, (N.E).

Otl, Aicher y Martin Krampen, (1991). *Sistemas de signos en la comunicación visual* (3ra edición), Ediciones G. Pili, México.

Palafox, Alejandro, (2005). *Turismo: Teoría y praxis*, México DF, Plaza y Valdés.

Panaero, Julius y Zelnick, Martín, (1984) *Las dimensiones humanas en los espacios interiores*.

Planells, Margarita, (2004). *Información turística en destino*, Madrid, Editorial Síntesis.

Quesada Castro, Renato, (2007). *Elementos del turismo*, San José de Costa Rica, Editorial Universidad Estatal a Distancia.

Rodríguez Morales, Luis, (2004). *Diseño: estrategia y táctica*, México DF, Editorial Sxxi México.

Sánchez Avillaneda, María del Rocío, (2005). *Señalética: Conceptos y fundamentos*, Buenos Aires, Alfagrama Ediciones.

Sexe, Néstor, (2001). *Diseño.com*, México DF, Editorial Paidós Ibérica.

Scheison, Daniel(2009). *Comunicación estratégica*, Buenos Aires, Ediciones Granica S.A.

Tapia, Alejandro, (2004). *El diseño gráfico en el espacio social*, México DF, Editorial Designio.

Viñolas, Joaquim, (2005). *Diseño ecológico*, Barcelona, Blume.

Zunzunegui, Santos, (1998). *Pensar la imagen* (4ta edición), Madrid, Ediciones Cátedra.

WEB

Turismo del Ecuador. (n.d). Extraído el 21 de julio del 2010 desde <http://www.ecuador.us/turismo.htm>

Estadísticas del Ecuador. (n.d). Extraído el 21 de julio del 2010 desde http://www.ecuadorvolunteer.org/es/informacion_ecuador/estadisticas.html

Ruta del Sol Ecuador. (n.d). Extraído el 20 de Agosto del 2010 desde http://www.rutadelsol.com.ec/pages/downloads/mapa/mapa_ruta.jpg

Visita Ecuador. (n.d). Extraído el 17 de Diciembre del 2010 desde <http://www.visitaecuador.com/costa.php?opcion=datos&provincia=8&ciudad=RIIW58k>

Prom Perú. (n.d). Extraído el 20 de diciembre del 2010 desde <http://www.mincetur.gob.pe/turismo/otros/fondo/actividades/actividades.htm>

Plan de Promoción Internacional del turismo cultural de España. (n.d). Extraído

el 20 de diciembre del 2010 desde www.mityc.es/es-es/gabineteprensa/.../planpromocionturismointern.pdf

Diario expreso. (n.d). Extraído el 28 de enero del 2011 desde http://www.expreso.info/es/noticias/internacional/18165_ecuador_aspira_convertir_al_turismo_en_su_primera_fuente_de_ingresos

Diario El tiempo. (n.d). Extraído el 28 de enero del 2011 desde <http://www.eltiempo.com.ec/noticias-cuenca/58286-ecuador-impulsa-turismo-y-desea-que-supere-al-sector-petrolero-dice-ministro/>

Ministerio de turismo. (n.d). Extraído el 28 de enero del 2011 desde http://www.turismo.gob.ec/index.php?view=article&catid=19%3Anoticias-al-d&id=2558%3Aturismo-es-el-futuro-del-ecuador-ministro-freddy-ehlers&tmpl=component&print=1&option=com_content&Itemid=151

La revista de la estrella del Ecuador. (n.d). Extraído 15 de Junio del 2011 desde <http://www.revistabanios.com/maps/>

Como hacer una encuesta. (n.d). Extraído el 19 de Agosto del 2011 desde <http://www.crecenegocios.com/como-hacer-una-encuesta/>

Sigta Ecuador. (n.d). Extraído el 19 de Agosto del 2011 desde http://www.turismoaustro.gov.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=877&Itemid=99

Perfil Revista Abordo (n.d). Extraído el 29 de Noviembre del 2011 desde http://www.ekos.com.ec/download/perfil_abordo.pdf

Perfil Revista Ecuador: Terra Incógnita (n.d). Extraído el 29 de Noviembre del 2011 desde http://www.terraecuador.net/publicidad/nuestro_perfil.htm

Grupo Quirola: Cacao (n.d) Extraído el 11 de Enero del 2012 desde <http://www.gquirola.com/html/productos/cacao/index.html>

Ecuacocoa: Breve historia del cultivo del cacao en el Ecuador (n.d) Extraído el 11 de Enero del 2012 desde <http://ecuacocoa.com/espanol/za>