



UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS
Laureate International Universities

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
DISEÑO GRÁFICO - INDUSTRIAL

“PROPUESTA DE APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DE DISEÑO INTEGRAL A LA CREACIÓN DE MATERIAL VISUAL Y SEÑALÉTICO AL PROYECTO DE LA MUNICIPALIDAD DE ESMERALDAS PARA POTENCIAR LOS PRINCIPALES LUGARES TURÍSTICOS DEL CANTÓN”

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos para optar por el título de Licenciado en Diseño Gráfico Industrial.

Profesor Guía:
Gabriela Pallares

Autor:
Jorge Luis Quiñones Vallejo

Año:
2013

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema y tomando en cuenta la Guía de Trabajos de Titulación correspondientes.

.....
GABRIELA PALLARES

Diseñadora

1713437398

DECLARACIÓN DEL ESTUDIANTE

Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.

.....

Jorge Luis Quiñones Vallejo

080306402-1

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todas las personas que de una u otra manera colaboraron para el desarrollo y realización de este proyecto, personas que con su conocimiento y experiencia fueron un gran aporte para realizar un trabajo de calidad.

También extendo este agradecimiento a mis profesores y todas aquellas personas que me respaldaron, y guiaron a lo largo de mi carrera universitaria hasta la obtención de la meta propuesta.

DEDICATORIA

El esfuerzo destinado a este proyecto, se lo dedico con mucho cariño a mis padres y a toda mi familia, que son las personas que han estado junto a mí en todo momento y de quienes he aprendido el ser responsable en todos los proyectos que emprendo.

Por creer incondicionalmente en mis capacidades y apoyarme en todos los ámbitos de mi vida les dedico esta tesis.

RESUMEN

Esmeraldas es un cantón perteneciente a la provincia del mismo nombre, al ser la capital de la provincia se convierte en el centro de todas las actividades y aloja a las principales instituciones públicas y privadas. La refinería, el aeropuerto, el puerto marítimo, así como los diferentes lugares de recreación y su cultura, reconocida internacionalmente, convierten a este cantón es uno de los destinos con mayor proyección turística y económica del país.

La poca publicidad, la carencia de señalética, y la falta de inversión en temas turísticos forman parte de la problemática principal que posee Esmeraldas y la explicación de la poca afluencia turística que debería poseer un destino con estas características. Estas razones han convertido a Esmeraldas en un paso obligatorio para aquellas personas que se dirigen a los cantones aledaños.

El objetivo fundamental de este proyecto es potenciar el turismo en el cantón Esmeraldas, dando a conocer lugares y actividades que no han sido promocionados de la manera adecuada y convertir a Esmeraldas en uno de los principales destinos turísticos del país.

Se realizó un estudio para establecer los diferentes lugares y atractivos turísticos del cantón, los mismos que se tomaron como eje fundamental en el desarrollo de las diferentes variantes de diseño que se proponen.

Los resultados obtenidos en las encuestas, entrevistas, *focus group* y demás métodos de investigación, nos muestran la factibilidad del proyecto y la aceptación de las diferentes variables de diseño que se utilizaron para su desarrollo. Mediante estos métodos se pudieron determinar cualitativa y cuantitativamente las diferentes opiniones de las personas que están inmersas directa e indirectamente en el tema.

La realización de este proyecto es aceptado tanto por los posibles visitantes, como por los habitantes del cantón quienes serían los principales beneficiados con el desarrollo de este proyecto.

Las etapas de este proyecto comprenden: la creación de la imagen global que represente al cantón, el planteamiento de una guía turística interactiva que permita a las personas conocer todos los aspectos representativos de Esmeraldas, la creación de señalética turística que facilite la experiencia de los visitantes, mobiliario urbano que brinde comodidad y tenga coherencia con los demás objetos y elementos complementarios como artículos promocionales.

ABSTRACT

Esmeraldas is a canton belonging to the province of the same name, being the capital of the province became the center of all activities and is home to major public and private institutions. The refinery, the airport, the seaport, and the different places of recreation and culture, recognized internationally, makes this corner is one of the largest destinations for tourism and economic landscape.

The little publicity, lack of signage, and lack of investment in tourism issues are part of the main issues that has Esmeraldas and the explanation of the low number of tourists to a destination should possess these characteristics. These reasons have made Esmeraldas in a mandatory step for those who target the neighboring cantons.

The main objective of this project is to promote tourism in the canton Esmeraldas, revealing places and activities that have not been promoted in the right way and make Esmeraldas in major tourist destinations.

A study was conducted to establish the various sites and attractions of Canton, who took them as the linchpin in the development of different design options proposed.

The results from the surveys, interviews, *focus groups* and other research methods, we show the feasibility of the project and acceptance of different design variables were used for development. These methods could determine qualitatively and quantitatively different opinions of people who are engaged directly and indirectly in the subject.

The realization of this project is accepted by both potential visitors, as the inhabitants of the canton who would be the main beneficiaries of the development of this project.

The stages of this project include: the creation of the global image representing

the canton, the approach of an interactive tourist guide that allows people representing all aspects of Esmeraldas, the creation of tourist signage to facilitate the visitor experience, street furniture to provide comfort and keep consistency with other objects and complementarities as promotional items.

INDICE

1	Capítulo I. El Turismo	2
1.1	Turismo según la gente	2
1.2	Turismo según los empresarios	3
1.3	Turismo según los expertos	3
1.4	Formas del turismo	4
1.5	Unidades básicas del turismo	4
1.6	Alojamientos turísticos	5
1.7	Factores económicos en el turismo	5
1.8	Factores culturales en el turismo	6
1.9	Factores políticos en el turismo	7
1.9.1	Órganos de política turística	7
1.10	Infraestructura	8
1.11	Principales lugares turísticos del mundo	8
1.11.1	Cartagena	8
1.11.2	Copacabana	10
1.11.3	Ipanema	11
1.11.4	Cancún	11
2	Capítulo II. Turismo en Ecuador	13
2.1	Lugares turísticos del Ecuador	13
2.1.1	Manta	13
2.1.2	Salinas	14
2.1.3	Montañita	15
2.1.4	Guayaquil	16
3	Capítulo III. Esmeraldas cantón turístico	19
3.1	Antecedentes	19
3.1.1	Gente negra en Esmeraldas	20
3.1.2	La Marimba en Esmeraldas	21

3.1.3 Personajes históricos	25
3.2 Gastronomía Esmeraldeña	31
3.2.1 Platos típicos	31
3.2.2 Dulces y postres	32
3.3 Proyectos turísticos en el cantón	33
3.3.1 Proyectos Municipalidad de Esmeraldas	33
3.3.2 Proyectos del Ministerio de Turismo	37
3.4 Lugares turísticos del cantón	38
3.4.1 Espacios públicos	38
-Balnearios	38
-Museos	42
-Parques	42
-Iglesias	44
-Monumentos de la ciudad	46
3.4.2 Espacios privados	49
3.5 Actualidad de la situación turística	49
3.5.1 Problemas	49
-Calles y espacios públicos	49
-Infraestructura	50
-Publicidad	51
-Señalética	51
4 Capítulo IV. Las formas del turismo	53
4.1 Diseño industrial	53
4.1.1 Semiótica en el diseño industrial	54
4.1.2 Ergonomía	55
- Antecedentes históricos	55
-Concepto de ergonomía	55
-El objeto y su función	56
4.1.3 Antropometría	57
-Dimensiones antropométricas	57
-Medición antropométrica	57

4.1.4	Materiales	53
	-Metales	58
	-Polímeros	63
	-Materiales compuestos	63
5	Capítulo V. La imagen del Turismo	65
5.1	Diseño gráfico	65
5.1.1	Imagen corporativa	65
	- Elementos básicos de la identidad visual	65
	- La marca	66
	-Marca turística	66
5.1.2	Señalética	67
	-La señalización y el entorno	67
	-La marca en la señalética	67
	-Categorías de las señales	68
	-La tipografía en la señalética	71
	-Pictogramas	72
	-Cromática en la señalética	72
6	Capítulo VI. Navegando en el turismo	74
6.1	Diseño multimedia	74
6.1.1	Multimedia interactiva off line y on line	74
6.1.2	Diseño Web	74
6.1.3	Internet	74
	-Navegabilidad	75
7	Capítulo VII. Identificando el turismo de Esmeraldas	76
7.1	Trabajo de campo	76
7.1.1	Objetivos de la investigación	76
	-Objetivo General	76
	-Objetivos Específicos	76
7.2	Metodología	76
7.2.1	Técnicas de investigación	76
	-Observación	76

- Documentación	77
- Diálogo	77
7.3 Enfoque	77
7.4 Población de investigación	78
7.4.1 Cálculo de la muestra	78
7.5 Instrumentos de investigación	79
7.5.1 Entrevistas	79
7.5.2 Encuestas	81
7.5.3 Tabulaciones de datos	83
7.5.4 <i>Focus group</i>	88
7.6 Conclusiones	89
7.7 Recomendaciones	90
8 Capítulo VIII. Diseñando el turismo de Esmeraldas	91
8.1 Propuesta	91
8.1.1 Alternativas	91
-Propuesta uno	92
-Propuesta dos	93
-Propuesta tres	96
8.2 Propuesta final	97
8.2.1 Marca denominativa (Slogan)	97
8.2.2 Cromática	98
8.2.3 Área de Respeto	99
8.2.4 Dimensiones de la marca	99
8.2.5 Reducciones y ampliaciones	100
8.2.6 Marca: gris, positivo y negativo	101
8.2.7 Fondos de color	101
8.2.8 Marca monocromática	102
8.2.9 Usos incorrectos	103
8.2.10 Variación	104
8.2.11 Elementos adicionales de diseño	105
8.3 Aplicaciones	105

8.3.1 Papelería básica	106
8.3.2 Credenciales	110
8.3.3 Sellos	111
8.3.4 Cd corporativo	111
8.3.5 Papelería tributaria	112
8.3.6 Plantillas Word y Power Point	113
8.3.7 Artículos Promocionales	114
8.3.8 Señalética	118
8.3.9 Mobiliario urbano	126
8.3.10 Guía Interactiva	139
9 Capítulo IX. Conclusiones y Recomendaciones	144
9.1 Conclusiones	144
9.2 Recomendaciones	145
Referencias	146
Anexos	149

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el turismo se ha convertido en una de las principales fuentes de ingresos económicos del país, es por esto que un destino como el cantón Esmeraldas debe aprovechar todos los atractivos turísticos que posee. En la actualidad en el cantón se están desarrollando varios proyectos por parte de las instituciones públicas que buscan convertir a Esmeraldas en uno de los principales destinos del país y es necesario el desarrollo de elementos de promoción adecuados que potencien este destino.

La investigación para el desarrollo del proyecto se realizó en varias etapas; en la primera fase, mediante la observación se identificaron todos los aspectos positivos y negativos que posee el cantón Esmeraldas.

En la segunda etapa se documentó toda la información para el desarrollo del marco teórico, obteniendo datos de fuentes verídicas que demuestren la sustentabilidad del proyecto. Libros, documentos web e información otorgada por las instituciones fueron los principales aportes.

En la etapa siguiente se realizaron las encuestas, entrevistas y *focus group* con lo que se complementa el proceso de investigación. Esta parte fue de gran importancia debido a que fue aquí donde se comprobó la factibilidad del proyecto.

El propósito fundamental de este proyecto es fomentar el turismo en el cantón Esmeraldas mediante la creación de diferentes alternativas de Diseño Integral que permitan a las personas conocer todas las bondades que posee.

La implementación de una guía interactiva y señalética de apoyo para los turistas es la parte esencial del proyecto, ya que mediante esto se promocionaran los principales lugares y actividades del cantón. Esto irá acompañado de otros elementos como el diseño de la marca ciudad “Esmeraldas”, mobiliario urbano, entre otros.

1 Capítulo I. El Turismo

“Aunque no se sabe o no se puede determinar el origen del fenómeno turístico, éste se ha ido desarrollando industrialmente a lo largo de todo el siglo XX” (Rodríguez, 2009, p.23). A principios del siglo pasado el turismo se popularizó ayudado por la disminución de las diferencias sociales y los avances tecnológicos, convirtiéndolo en bastión importante de la economía mundial (Rodríguez, 2009).

OMT (citado por Rodríguez, 2009) define al turismo como las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocio y otros motivos.

En las estrategias del turismo hay que establecer la participación de los diferentes actores que aquí intervienen, tanto del sector privado como las distintas administraciones que participan en este proceso: estatal, regional o autónoma y local que deben dirigir el desarrollo dentro de estándares de sostenibilidad ambiental, social, económica y cultural y fomentar aquellas inversiones y mejoras del sector que persigan el bien general y favorezcan la creación de riqueza en su zona (Miralbell, González, Arcarons, Capellà, González & Pallas, 2010).

1.1 Turismo según la gente

La gente llama turistas a los forasteros y transeúntes que se encuentran en un lugar por curiosidad, distracción o porque no tienen otra cosa que hacer (Muñoz, 2003, p.13). También se conoce como turista a quienes visitan el lugar por razones necesarias y de utilidad para realizar actividades vitales, legales o no.

“Turista es el forastero y transeúnte que va de un lugar a otro por motivos autónomos, es decir, por gusto, sin que nadie se lo imponga excepto la ostentación o el aburrimiento que pueden llevarlo a

ausentarse de su residencia por tener dinero de sobra y tiempo libre suficiente.” (Muñoz, 2003, p.13)

1.2 Turismo según los empresarios

Los empresarios tienen una perspectiva muy distinta al de la gente común, que mira al turismo como todo lo que hacen los turistas.

“Para los empresarios turismo es el conjunto de bienes y servicios que necesitan consumir los turistas y que ellos les ofrecen a cambio de un precio” (Muñoz, 2003, p.27).

Los empresarios ven al turismo como un negocio y se lo ha llegado a llamar el negocio del ocio (Muñoz, 2003).

“Los empresarios son parte de la gente. Según ellos, los turistas poseen medios de pago y necesitan consumir bienes y utilizar servicios. Los empresarios que elaboran y venden esos bienes y servicios a los turistas configuran el llamado sector turístico” (Muñoz, 2003, p.27).

Los empresarios son parte activa del turismo ya que son ellos quienes ponen a disposición de los turistas los productos y servicios que ellos requieren. A los distintos tipos de empresarios se suman las instituciones públicas, debido a que ofrecen servicios que facilitan la estadía del turista.

1.3 Turismo según los expertos

Hay tantos conceptos del turismo como expertos en el mismo, aunque también se podría decir que hay tan solo un concepto pero con una cantidad infinita de variantes.

Mientras que para la gente, turismo son todas las actividades que realizan los turistas, para los empresarios turismo son los servicios y productos que ellos dan a los turistas, “para los expertos turismo es tanto lo que dice la gente como

lo que dicen los empresarios. Tanto lo que hacen los turistas como lo que venden los empresarios” (Muñoz, 2003, p.40)

En definitiva, turismo para los expertos son todas las actividades que realizan los turistas. “Pero también es turismo la investigación del fenómeno, la enseñanza, la publicidad, promoción, la distribución y la comercialización de lo que compran los turistas y venden los empresarios” (Muñoz, 2003, p.40).

1.4 Formas del turismo

Según Rodríguez existen 2 formas de turismo:

- **El primero**, las formas de turismo con relación a un país, que incluyen:

- **Turismo interno:** es el que realizan aquellas personas que viajan dentro de su país de origen.
- **Turismo receptor:** es el que se lleva a cabo por las personas que no residen en el país.
- **Turismo emisor:** el de los residentes del país dado que viajan a otro país.

- **El segundo**, son las formas del turismo con relación a las categorías:

- **Turismo interior:** incluye turismo interno y turismo receptor
- **Turismo nacional:** turismo interno y turismo emisor
- **Turismo internacional:** turismo receptor y turismo emisor

1.5 Unidades básicas del turismo

“Son aquellas formas o tipos de personas que se desplazan con diferentes fines” (Rodríguez, 2009, p.25). Es muy común que por desconocimiento se los llame turistas de manera general a pesar de que existe una gran variedad de términos que los definen de acuerdo a los motivos, el lapso de tiempo, el destino, etc.

Viajeros

“Toda persona que se desplaza fuera de su propio país o lugar de residencia” (Rodríguez, 2009, p.26). Los viajeros se dividen en dos grupos: los visitantes y otros viajeros.

Visitantes: Los visitantes son aquellas personas que se desplazan a un lugar por razones ajenas al trabajo y por un tiempo inferior a doce meses. Los visitantes se subdividen en los siguientes grupos:

- Turistas: todos aquellos visitantes que pasan la noche fuera de su lugar de origen.
- Excursionistas: todos aquellos visitantes que no pasan la noche en el lugar de destino.

Otros viajeros: no se contemplan ni las tripulaciones ni los viajeros transportados gratuitamente o a coste muy bajo.

1.6 Alojamientos turísticos

A) Establecimientos de alojamientos colectivos:

- Hoteles
- Establecimientos Parahoteleros (Pensiones, casas de huéspedes, fondas, albergues, residencias para turistas.)
- Otros alojamientos colectivos: (campings, bungalows, residencia, residencias de veranos.)

B) Alojamientos turísticos privados (Segundas residencias, familiares, etc.)

- Viviendas en propiedades
- Alquiler de habitaciones o viviendas

1.7 Factores económicos en el turismo

El turismo es una de las actividades económicas que más ha crecido en los últimos tiempos. “Su peso en el PIB es bastante importante para que los

gobiernos tengan este sector muy en cuenta” (Miralbell, González, Arcarons, Capellà, González & Pallas, 2010, p.17).

Pero los gobiernos no solo se interesan en el turismo por su peso en la economía, sino que el desarrollo que este tenga depende en buena parte de la infraestructura y servicios públicos, de los cuales se responsabilizan principalmente los gobiernos seccionales.

La globalización ha sido un motor importante para el crecimiento del turismo, las facilidades en la comunicación, transporte de personas, bienes y de información han permitido una mayor difusión de las diferentes alternativas que ofrece el turismo, pero los modelos de servicio turístico que quiere desarrollar cada país se ven condicionados por la competencia y estándares internacionales reconocidos (Miralbell, González, Arcarons, Capellà, González & Pallas, 2010).

1.8 Factores Culturales en el turismo

Los recursos naturales y culturales son los más apreciados por los turistas, actuando de una manera diferenciadora ante otros destinos y se convierten en elementos que identifican al sitio.

Al hablar de patrimonios culturales, los hay tangibles e intangibles y es obligación de las administraciones preservarlos, es decir que la explotación turística no signifique ningún peligro para su integridad. Hay patrimonios físicos como monumentos, edificios u obras de arte que deben ser protegidos de los distintos factores ambientales o agentes nocivos a los que pueden estar expuestos (Miralbell, González, Arcarons, Capellà, González & Pallas, 2010).

“En relación al patrimonio intangible, como las manifestaciones de la lengua y la cultura autóctona, las costumbres y tradiciones, o las fiestas locales y representaciones litúrgicas, a menudo existe una voluntad de esquematizar su presentación y llenarlas de tópicos para hacerlas más

accesibles a la comprensión del turista que quiere conocerlas de manera superficial.” (Miralbell, González, Arcarons, Capellà, González & Pallas, p.28)

Estas tendencias provocan una desnaturalización de estos patrimonios dejando de ser elementos identificadores para convertirse en simples iconos turísticos y clichés mal entendidos.

1.9 Factores políticos en el turismo

La puesta en marcha de un destino turístico requiere de la creación de un organismo encargado del estudio de las oportunidades y del potencial del país a partir de sus recursos naturales, financieros y humanos. Después, hará falta que este organismo impulse las inversiones públicas y privadas tanto en equipamientos turísticos necesarios para el funcionamiento de la actividad turística, como en los servicios sanitarios, de transporte, etc. (Miralbell, González, Arcarons, Capellà, González & Pallas, 2010).

1.9.1 Órganos de política turística

La figura de la administración encargada de la gestión pública del turismo puede tener diferentes formas o figuras jurídicas:

1.- Puede que tenga un rango superior con peso dentro el gobierno y, por lo tanto con capacidad de incidir en las decisiones gubernamentales en otros ámbitos que no sean exclusivos al turismo.

2.- Otra forma de la Administración turística muy extendida es la de los órganos propios de la Administración que forman parte de un ministerio o una consejería, tienen que encajar su política dentro de la de un ministerio o un departamento del cual dependen.

3.- Por último, hay una figura organizativa que cada vez se impone más, bien como organismo único, bien integrado con alguna de las dos anteriores, que recibe el nombre de instituto, agencia, consorcio o patronato de turismo.

1.10 Infraestructura

“En la mayoría de los destinos nuevos el primer problema que hay que afrontar es la necesidad de dotarlos de equipamientos básicos para el transporte y también de equipamientos para el saneamiento de las aguas residuales y de las playas, así como para el mantenimiento de los espacios naturales, etcétera. (Miralbell, González, Arcarons, Capellà, González & Pallas, 2010, p.27)

A la vez que se crean estos equipamientos hay que dotar a los distintos lugares turísticos de servicios básicos de transporte, sanidad y de protección civil, servicio de bomberos, de seguridad ciudadana, de información turística, protección al consumidor, etc. (Miralbell, González, Arcarons, Capellà, González & Pallas, 2010).

1.11 Principales lugares turísticos del mundo

Los siguientes lugares turísticos fueron escogidos debido a la similitud en aspectos culturales y físicos que poseen con la ciudad de Esmeraldas, y a que son un claro ejemplo del desarrollo turístico mediante la aplicación de diferentes proyectos turísticos.

1.11.1 Cartagena



“Cartagena de Indias cuenta con una mezcla arquitectónica fascinante por su variedad. Estructuras militares, como las murallas, baluartes y fuertes, se pueden contemplar al lado de una bien conservada ciudad colonial y republicana” (www.cartagenadeindias.travel, s.f.).

El Fuerte de San Felipe de Barajas, el Museo del Oro, los artistas locales en el Museo de Arte Moderno, la brujería en el Museo Histórico y de la Inquisición, la casa del expresidente Rafael Núñez son varios de los atractivos que ofrece Cartagena.

- **Gastronomía**

“En las calles de Cartagena se sienten los aromas que a esta tierra aportaron españoles, indígenas y africanos, que producen una extraordinaria fusión de sabores” (www.cartagenadeindias.travel, s.f.).

“El sabor autóctono y popular se puede apreciar en una bandeja de fruta servida en el Portal de Dulces con deliciosas recetas hechas a base de frutas. La arepa de huevo, la caramañola o un buñuelo de frijol son algunos de los platos típicos para aquellos amantes de las frituras” (www.cartagenadeindias.travel, s.f.).

- **Caribe**

“A solo 30 minutos de Cartagena se pueden descubrir las islas llenas de encantos naturales que hacen vivir un sueño donde las apacibles y tibias aguas color turquesa y playas de arena blanca hacen de esta zona insular un paraíso en la tierra” (www.cartagenadeindias.travel, s.f.).

El buceo y el snorkeling son dos actividades para conocer los parques naturales más visitados de Colombia. La gran variedad de peces multicolores y la flora y fauna del Mar Caribe pueden ser observadas desde estos lugares.

El Oceanario de la Isla de San Martín de Pajarales, un verdadero santuario a la vida marina, es otra de las actividades que se puede realizar en el Caribe de Cartagena.

- **Ecoturismo**

“Del otro lado de la ciudad, en la latitud norte encontrará la Ciénaga de la Virgen, un lugar especial para el avistamiento de aves y donde podrá recorrer los manglares del pueblo pescador de la Boquilla” (www.cartagenadeindias.travel, s.f.).

Muy cerca se encuentra el Volcán del Totumo, un sitio de diversión para toda la familia, donde los baños con lodo son un atractivo interesante.

1.11.2 Copacabana

“La playa de Copacabana está ubicada en el barrio de Copacabana, en la Zona Sur de la ciudad de Río de Janeiro” (www.rioguiaoficial.com, s.f.).

Copacabana tiene estaciones de bicicletas, ciclo vías, kioscos, hoteles, bares y restaurantes, que están llenos de gente tanto de día como de noche. Además, tiene dos fortalezas militares, uno en cada extremo de la playa. La acera en la Av. Atlántica adornada con adoquines portugueses blanco y negro en forma de olas, inspirado en las aceras de Lisboa, es un gran atractivo para los turistas que visitan esta playa.

Los lugares más visitados del barrio de Copacabana son los siguientes: El Museo Histórico del Ejército y Fuerte de Copacabana, el Conjunto urbano-paisajístico de la avenida Atlántica, el Copacabana Palace Hotel, el Edificio Guarujá, el Edificio Guahy, la Casa de Villiot y el Instituto Nacional de Servicio Social son los lugares más concurridos por los visitantes de Copacabana (www.rioguiaoficial.com, s.f.).

1.11.3 Ipanema

“Es un Barrio fundado en 1894 en Río de Janeiro, es uno de de los más lujosos y reconocidos de Rio. Posee un aspecto elegante y moderno, donde se encuentran una gran variedad de cafeterías, restaurants, boutiques y discotecas consideradas entre las mejores de Río y Brasil en general” (www.rioguiaoficial.com, s.f.).

Es una lugar conocido a nivel mundial como un destino turístico gay, lo que lo convierte en el sitio referente para diversión de este estilo.

1.11.4 Cancún

“Es una destino turístico reconocido a nivel internacional, certificado por la Organización Mundial del Turismo OMT. Se ubica en la costa noreste del estado de Quintana Roo en el este de México, el Proyecto dio inicio en 1974 como Centro Integralmente Planeado, pionero de FONATUR” (www.cancun.gob.mx, s.f.).

Al poco tiempo, tuvo un gran cambio, era una isla de pescadores con selvas vírgenes y playas poco conocidas y en la actualidad es uno de los lugares turísticos mexicanos más reconocidos a nivel mundial. La OMT a través de su fundación UNWTO-Themis otorgo el premio Lo Mejor de lo Mejor "a la excelencia y la gobernanza" al Fideicomiso de Promoción Turística de Cancún el 3 de febrero de 2007. Es así como Cancún se convirtió en un organismo avalado por el Departamento de Educación y Gestión del Conocimiento de la OMT.

Conclusiones del capítulo

En este capítulo inicial se identificaron los conceptos básicos del turismo, así también como los diferentes factores que influyen dentro del mismo. Esto nos permite entender que el diseño es un elemento importante del turismo pero que debe estar acompañado de muchos otros componentes que les otorguen a los visitantes una experiencia satisfactoria. La imagen de una ciudad o de un

destino turístico se debe complementar con un conjunto de servicios públicos y privados que le permitan destacarse entre otros lugares de características similares.

Dentro de este capítulo se decidió incluir breves reseñas acerca de varios de los más importantes destinos turísticos del mundo y analizar su situación actual y las principales razones por las que son visitados. Esto se realizó con el propósito de tomar como referencia los aspectos positivos de estos sitios en el ámbito turístico y no repetir los errores que puedan haber cometido.

2 Capítulo II. Turismo en Ecuador

“El desarrollo moderno del Turismo en el Ecuador inicia en los años 50 del siglo XX y empieza a consolidarse como actividad económica y socio-cultural de importancia. En el campo político la creación de una institución gubernamental se dio en el año de 1992, con la aparición del Ministerio de Turismo” (Ruiz & Solís, 2007, p.29).

El turismo se ha convertido en un aporte sustancial en la economía ecuatoriana siendo en la actualidad la tercera actividad de tipo económica más importante, después del petróleo y el banano.

Ecuador posee características excepcionales para proyectar su desarrollo, ya que se lo considera uno de los 12 países con mayor megadiversidad en el mundo, posee uno de los ecosistemas más diversos y una variedad inmensa de culturas a pesar de su tamaño. El 11% de toda la biodiversidad del mundo se encuentra en este país (Ruiz & Solís, 2007).

El turismo en una economía como la de Ecuador que depende de los ingresos que genera el petróleo, la cual se considera una actividad productora de empleos y que redistribuye las riquezas, integrándose con otras actividades. Por cada empleo generado por el turismo se crean de tres a seis empleos indirectos (Ruiz & Solís, 2007).

2.1 Lugares turísticos del Ecuador

2.1.1 Manta

“El turismo es una gran fuente de ingresos en Manta, se encuentra en un notable crecimiento, es uno de los destinos en el Ecuador que está alcanzando un gran nivel con lo referente al desarrollo turístico” (www.manabi.gob.ec, s.f.).

Su naturaleza, su cultura y sus paisajes, la convierten en un sitio atractivo para los turistas nacionales y extranjeros. Su ciudad brinda un contraste entre la

modernidad de su infraestructura y sus paisajes naturales, donde se destacan sus extensas playas.

2.1.2 Salinas

“Los orígenes prehistóricos del cantón Salinas tienen influencia de la cultura Valdivia, Machalilla y posteriormente los Huancavilca en la conquista española, marcaron los habitantes, habilidades y costumbres de los nativos” (www.santaelena.gob.ec, s.f.).

El nombre de Salinas se lo atribuye a la cantidad inagotable de sal que posee y que ha explotado durante décadas, es de aquí que se obtiene la materia prima para la industrialización de la sal yodada, que es de uso regular de los hogares ecuatorianos.

“El mar provee a los artesanos de la pesca y al sector industrial la mayor fuente de riqueza natural, peces como la corvina, el atún, la sardina, el lenguado, el róbalo, el picudo, el pulpo, además de cangrejo, ostiones, langosta y camarones” (www.santaelena.gob.ec, s.f.).

“El rubro de ingreso más importante proviene del turismo, en Salinas aumenta constantemente la inversión en el servicio hotelero y entretenimiento; los restaurantes, las barras, las discotecas, las peñas artísticas y los clubes son prueba de ello (www.santaelena.gob.ec, s.f.).

El campeonato de tenis profesional de Grand Prix Internacional “El Challenger Salinas” en invierno contribuye al aumento del turismo por, la visita de deportistas y periodistas de diferentes nacionalidades. (www.santaelena.gob.ec, s.f.).

Se realizan campañas de promoción turística con el objeto de captar un mercado sin explotar en la época de temporada baja, en la que se destaca el

apareamiento de las ballenas jorobadas a partir del mes de junio, lo que se denomina temprano de verano (www.santaelena.gob.ec, s.f.).



2.1.3 Montañita

“Montañita es una pequeña población ubicada en una península de Santa Elena, en la costa sur del Ecuador. Esta playa se ha convertido en un destino popular para los surfistas y es considerada como la mejor playa ecuatoriana para practicar este deporte” (www.ecuador.travel, s.f.).

Montañita convoca a gran cantidad de turistas internacionales por su famosa actividad nocturna, su agradable clima, sus aguas cálidas y su atmósfera entretenida. Este multicultural poblado es una mezcla de habitantes locales y extranjeros, que elijen este paraje para disfrutar durante los fines de semana, feriados y vacaciones. (www.ecuador.travel, s.f.).

“Punta Montañita, como también se conoce a esta playa, tiene una población de aproximadamente 1 000 habitantes que viven en las 10 cuadras que se extienden a lo largo del perfil playero” (www.ecuador.travel, s.f.).



2.1.4 Guayaquil

Principales atractivos turísticos del cantón Guayaquil:

Malecón Simón Bolívar: El Malecón es un pilar importante de la historia de la ciudad, tuvo un papel de gran importancia en el desarrollo y el ornato de la ciudad (www.visitaguayaquil.com, s.f.).

Barrio Las Peñas: En la historia es el barrio más importante de Guayaquil, sus construcciones con alrededor de 100 años de antigüedad, su diseño y estructura similar a las casas del siglo XVIII y XIX, son las características que dan a este barrio un gran valor estético y patrimonial (www.visitaguayaquil.com, s.f.).

Cada casa tiene una historia propia. En estas vivieron personas reconocidas en la política y la cultura del país, como el escritor Enrique Gil Gilbert, Antonio Neumane, Eloy Alfaro, Alfredo Baquerizo Moreno, el pintor Manuel Rendón Seminario, Juan Montalvo, e inclusive Ernesto “Che” Guevara recorrió el sector (www.visitaguayaquil.com, s.f.).

Cerro Santa Ana: Está ubicado junto al río Guayas cerca Barrio las Peñas. En este sector se desarrolló un proceso de regeneración urbana para beneficio de su población. El Cerro Santa Ana en la antigüedad se llamo Cerrito Verde, en este sitio se dio origen a la ciudad, y se dio su fundación en el año de 1547 (www.visitaguayaquil.com, s.f.).

Son 444 escalones numerados con atractivos, entre los que podemos visitar: Plaza Mirador el Fortín: Es el lugar más alto del Cerro, donde se encuentra el Faro, la Capilla de Santa Ana, la Plaza Honores, La, El Museo Abierto y el Cuartel (www.visitaguayaquil.com, s.f.).

Puerto Santa Ana: Nace el Puerto Santa Ana, se desarrolla en un área de privilegiadas características paisajísticas, cuyo centro principal de atracción es el Río Guayas. Al estar ubicado junto al barrio Las Peñas, la diversidad del proyecto se enriquece brindándole características únicas. En los terrenos que se encontraban parcialmente ocupados por edificaciones abandonadas que pertenecían a la Compañía de Cervezas Nacionales, las que se encontraban en buen estado, fueron recicladas y ahora forman parte de la Primera Etapa del Proyecto.

Como actividades turísticas podemos resaltar principalmente, el bar restaurante de la Cervecería, el museo de Barcelona y Emelec, el museo Julio Jaramillo y el museo de la cerveza; además de 7.500m² de paseos, plazas, área pública y malecón junto al río Guayas, en el cual encontramos 14 locales comerciales entre ellos restaurantes, cafeterías, peñas, mini mercados, farmacias, galerías, agencia de viajes o bancarias, gimnasios, librerías, etc.

El proyecto del puerto Santa Ana continuará con el desarrollo de etapa 1B y 2 en la que la M.I Municipalidad de Guayaquil desarrolla la construcción de macrolotes, los que serán subastados para construcción de edificios por parte de inversionista privados.

Malecón del Salado: El Malecón del Estero Salado crea un recorrido turístico con el Malecón del Salado, debido a la Avenida 9 de Octubre por la que se conectan, siendo un recorrido que es visitado obligatoriamente por los turistas que quieren conocer los malecones del río y del estero (www.visitaguayaquil.com, s.f.).

En este sector de la urbe se puede disfrutar de la vista de la avenida, de los puestos de comida, la Plaza Baquerizo Moreno, el Parque de la Ciudadela Ferroviaria y la compañía del estero. Siendo así un centro de recreación familiar y de mucha importancia para el turismo de la ciudad de Guayaquil.



Conclusiones del capítulo

En este capítulo se habla acerca de la situación actual del turismo en el Ecuador y como afecta en nuestra economía actual.

Dentro de este capítulo también se puede apreciar la descripción de los principales destinos turísticos de nuestro país, esto con el fin de identificar los lugares que pueden considerarse como posibles competidores del cantón Esmeraldas. Esta información se la utilizará en el proyecto con el objetivo de resaltar todos los aspectos en los que Esmeraldas es superior o simplemente los demás sitios no poseen.

3 Capítulo III. Esmeraldas cantón turístico



Figura 5: Foto aérea de la ciudad de Esmeraldas.
Tomado de www.municipioesmeraldas.gob.e, 2012.

3.1 Antecedentes

Esmeraldas es uno de los 7 cantones que conforman la provincia de Esmeraldas junto a Eloy Alfaro, Atacames, Muisne, Quinindé, San Lorenzo y Rioverde. Este cantón está ubicado al centro de la provincia, con una superficie total de 1.331 Km², “limitando al Norte con el océano Pacífico; al Sur con el cantón Quinindé; al Este con el cantón Rioverde y al Oeste con el cantón Atacames” (Loor, 1990, p.9).

“Esmeraldas se creó como cantón el 25 de Julio de 1824, según la ley de división territorial de la Gran Colombia. Pero al crearse fue cantón de la provincia de Pichincha. En el año 1839 pasa a formar parte de la provincia de Imbabura, para integrarse a Pichincha en el año de 1843.” (Loor, 1990, p.10)

Es en el año de 1839 que Esmeraldas se establece como parte de la provincia de su mismo nombre.

3.1.1 Gente negra en Esmeraldas

Antes de la llegada española a lo que se llamaría el Continente Americano, según el cronista español Miguel Cabello de Balboa, esta región del Ecuador estuvo habitada entre otras etnias por: Niguas, Yumbos, Campaces, Lachas, Malabas, Pidi, Quinchules, Tacames, Teaones; pueblos que sobrevivían entre sanguinarias luchas por el predominio del uno sobre el otro y permanentes alianzas para fortalecer sus defensas o someter a los más débiles (Masías, 2008).

“Reportes históricos señalan que a mediados del siglo XV un barco español que transportaba 23 esclavos negros hacia Perú, naufragó frente a las costas de lo que más tarde tomaría el nombre de Esmeraldas” (Masías, 2008, 27). De esta manera es como los primeros negros se asentaron en tierras esmeraldeñas siendo hoy en día el mayor porcentaje de los habitantes de la provincia.

Esta circunstancia fue aprovechada por los negros, que viendo la oportunidad de ser libres escaparon internándose en la espesa montaña, hábitat con el que identificaron plenamente por la similitud al lugar e su procedencia.

La presencia de estas personas, inicialmente provocó sorpresa y resistencia por parte de los moradores de la región que no terminaban de aceptarlos, originando frecuentes peleas que culminaron posteriormente en alianzas hábilmente promovidas por los negros, como una estrategia de sobrevivencia y defensa territorial, en respuesta a las reiteradas visitas de embarcaciones españolas a estas costas con esporádicas exploraciones , haciendo presumir que en cualquier momento la colonización vendría y con ella la esclavitud, de la cual tenían malos recuerdos (Masías, 2008).

A pesar de que los castellanos dispusieran como de su propiedad las tierras donde pusieran los pies sus soldados, hay que destacar que en estos territorios nunca fue ejercido el predominio hispano, como sucedió en la sierra,

gestándose de manera silenciosa, solidaria y natural, la tácita actitud de autonomía y resistencia a toda intención que tuviera asomo de esclavitud y sometimiento (Masías, 2008).

“A fines del siglo XIX e inicios del siglo XX se desarrolla en el país una sucesión de acontecimientos que condujeron a la abolición de la esclavitud, consolidándose en la Revolución Liberal, inspirada por el Gral. Eloy Alfaro Delgado, teniendo como compañero de armas al Cnel. Luis Vargas Torres, referente esmeraldeño e hidalguía y respeto a los principios de libertad.” (Masías, 2008, p.29)

La gente negra en Esmeraldas ha dejado una marca importante en el tiempo, convirtiéndolos en la población más representativa de la provincia y el cantón, debido a la cantidad de tradiciones y aspectos culturales que se mantienen hasta la actualidad.

3.1.2 La Marimba en Esmeraldas



Figura 6: Alumnos del conservatorio de Esmeraldas tocando instrumentos típicos de la marimba.
Tomado de www.elcomercio.com, 2012.

La marimba a lo largo de los años se ha convertido en uno de los elementos referentes de la cultura afroesmeraldeña, debido a que ancestralmente ha sido usado de manera cotidiana en todas sus celebraciones, festividades, y demás actividades. “La marimba esmeraldeña es ejecutada casi siempre por dos personas; cada una maneja dos tacos revestidos en su punta con caucho extraído del monte” (Masías, 2008, p.101). Los que golpean la chonta y producen el sonido.

“El conjunto musical está formado por una marimba, uno o dos bombos, dos cununos, dos guasás y cantores o cantoras” (Masías, 2008, p.101). Casi siempre la música tocada por el conjunto de marimba está acompañado por bailadores.

Instrumentos musicales Afroesmeraldeños

- **La marimba**

“Está construido con teclas de madera de la región llamada chonta. Sus resonadores son pedazos de caña guadúa, sostenidos por un marco de dos travesaños de ubicación casi paralela, apoyados en dos trípodes” (Masías, 2008, p.102).

Sobre los travesaños se coloca las teclas en número que varía de acuerdo con el criterio de su constructor y que fluctúa de 18 a 30, todas ellas dispuestas partiendo desde la más grande a la más pequeña, amarradas con piola o hilo vegetal.

A cada tecla le corresponde un resonador de caña guadúa; cada pedazo tiene abierto un lado y el otro borde tapado con los nudillos que naturalmente tiene, ordenados de mayor a menor proporción, los que guardando relación con la ubicación de las teclas, brindan al marimbero el sonido requerido.



Figura 7: Fotografía de la marimba esmeraldeña.

Tomado de Mora M., 2011.

- **El bombo**

Es un instrumento que puede ser elaborado como un solo tronco de madera cilíndrico o con la unión de varias tablillas ensambladas de manera circular. Es confeccionado con madera de la más fina sonoridad como el calade, tangare, o cedro.

Una cara del cilindro de madera es cubierta con cuero de venado macho y la otra con cuero de tatabra, sujetos a presión por un aro formado del mismo material o de bejuco resistente en los dos extremos, unidos por sogas cruzadas en forma de zig-zag entre los dos aros.

Este instrumento, para su ejecución, es colgado de un trípode, percutido el aro o cerco del instrumento con un palo; mientras que el cuero del bombo es golpeado con la otra mano con un mazo de madera cuya punta culmina en una bola de tela.

- **El Cununo**

“Instrumento de forma cónica alargada construido “vaciando” trozos de la misma calidad de madera utilizada para la confección del bombo” (Masías, 2008, p.103).

En el conjunto interviene el cununo macho y hembra; en la abertura más ancha del cununo macho se coloca cuero de venado, y de tatabra macho si el cununo es hembra.

El otro extremo del instrumento es totalmente cerrado. El cununo macho es visiblemente más grande que el cununo hembra, características que lo hacen diferentes en su sonoridad.

Cada cununo tiene dos aros elaborados con bejuco, piquigua u otro material resistente de las zona; uno es ubicado en la parte superior del instrumento donde se sujeta el cuero y el otro anillo es colocado en la parte inferior, unidos ambos anillos con sogas o cabos son presionados con tacos de madera a su alrededor, logrando templar el cuero hasta lograr el sonido deseado.



Figura 8: El Cununo, instrumento de la marimba esmeraldeña.

Tomado de www.museos-ecuador.com, 2011.

- **El Guasa**

Instrumento de forma cilíndrica elaborado con trozos de caña guadúa cerrada en ambos extremos por efecto natural de sus nudos. Toda su forma cilíndrica es atravesada por clavos de chonta y surtidas con pepas o

semillas de un arbusto llamado achira que le da la sonoridad al ser sacudido y marcar el ritmo. Su ejecución tradicionalmente ha sido dispuesta para las mujeres que hacen de cantoras en el grupo. (Masías, 2008, p.103)

Debido a su alta sonoridad es comparada con “la Guacharaca” ave silvestre parecida a la gallina típica de la provincia de Esmeraldas, que con su bullicio se constituye en el reloj despertador de los campesinos.

También en la marimba de acuerdo a la necesidad son incorporadas las maracas, elaboradas con una variedad de calabazas o mate, a la que se introducen pepas de achira o de San Pedro.

3.1.3 Personajes Históricos

Uno de los aspectos culturales más representativos de la provincia y del cantón son sus personajes históricos que se encargaron de darle una identidad a Esmeraldas mediante sus actos que han trascendido en el tiempo y han marcado a todos y cada uno de sus habitantes. Muchos de ellos sin haber sido esmeraldeños de nacimiento sintieron como suya a la provincia y la representaron de igual manera que aquellos que si lo eran.

Entre los principales personajes históricos de Esmeraldas se encuentran los siguientes:

Luis Vargas Torres

Nació en la provincia de Esmeraldas en el año de 1859, su padre fue Luis Vargas, de nacionalidad colombiana, y su madre Delfina Torres. Estudio su primaria en el Seminario de Quito y parte de su secundaria. Fue un hombre culto, pero esa cultura la logró solo, debido a que su pasión siempre fueron los libros. Era un liberal convencido y como tal luchó junto a Eloy Alfaro contra los malos gobiernos. Tuvo veneración por su provincia a la que amó en alto grado. En un combate contra las tropas del Gobierno, fue tomado prisionero en Loja y llevado a Cuenca en donde fue juzgado y sentenciado a muerte. Fue fusilado el 20 de Marzo del año de 1887, no fue enterrado en el cementerio sino en la

quebrada de “Supay-guacu”, para que sirviera de escarmiento para los demás. En su honor se nombró a una universidad, a un colegio, a un parque y a una parroquia del cantón Eloy Alfaro. El parque más conocido de Esmeraldas se llama 20 de Marzo, en honor a la fecha de su muerte (Loor, 1990).



Figura 9: Luis Vargas Torres.

Tomado de www.google.com, 2011.

Luis Tello Ripalda

Nació en Esmeraldas el 21 de Julio de 1872. Fueron sus padres Gregorio Tello y Amelia Ripalda. Ocupó altos cargos en la provincia como Gobernador, Jefe Político, Presidente del Consejo, Administrador de Aduana. Fue un hombre de progreso y por lo tanto se preocupó del adelanto de su provincia. Como obra de él tenemos: La construcción de varias escuelas, el camal y mercado antiguo; estableció el servicio de agua en la ciudad y el telégrafo. Murió en Quito el 17 de Mayo de 1917. Honrando su memoria se llamó a un colegio técnico, a una calle y a una parroquia urbana con su nombre (Loor, 1990).

Dr. Leonidas Mario Drouet Ávila

Nació el 23 de Septiembre del año 1867 en Esmeraldas. Sus padres fueron Cornelio Druet y Ángela Ávila. Logró el título de Doctor en Medicina en la Universidad de Guayaquil y como tal trabajó en su tierra natal. Ayudó a combatir las epidemias de pian, sarampión y viruela, que se habían presentado en Esmeraldas. Se preocupó del adelanto educativo de la ciudad creando escuelas y aumentando profesores. Llegó a ser el primer Director Provincial de Educación. Fue además Gobernador, Senador de la Provincia y Cónsul de Ecuador en Alemania y Bélgica. Murió en Guayaquil el 6 de Septiembre 1937. Se ha honrado su memoria poniendo su nombre a una de las escuelas de la ciudad (Loor, 1990).



Figura 10: Leonidas Mario Drouet Avila.

Tomado de www.google.com, 2011.

Rafael Palacios Portocarrero

Nació en Esmeraldas en Enero de 1864, fueron sus padres Miguel Palacios y Carmen Portocarrero. Pertenecía al partido liberal y luchó como militar junto a Eloy Alfaro y Luis Vargas Torres, tratando de conseguir una patria mejor. Cae prisionero junto a Luis Vargas torres en Loja, fue sentenciado a muerte y luego absuelto (Loor, 1990).

Carlos Concha Torres

Nació en Esmeraldas en 1864, sus padres fueron Uladislao Concha y Delfina Torres. Se dedicó por completo a la política y como político fue un hombre muy discutido. Carlos Concha proclama la guerra al gobierno de Leonidas Plaza Gutiérrez con lo cual el país y principalmente Esmeraldas estuvo en completa zozobra por el lapso de cuatro años. Muere en Esmeraldas el 12 de Abril 1919. Se ha honrado su memoria poniendo su nombre a un colegio y a una parroquia rural (Loor, 1990).



Figura 11: Carlos Concha Torres.
Tomado de www.google.com, 2011.

Roberto Luis Cervantes Montaña

Nació en Esmeraldas el 20 de Agosto de 1885. Fueron sus padres Francisco Cervantes y Targelia Montaña. Fue un hombre que luchó por la democracia y por el progreso de su pueblo, llegó a ser Gobernador, Diputado y Alcalde, cargo del cual fue destituido por sus enemigos. Su nombre lo lleva un colegio de la ciudad y un parque de la misma (Loor, 1990).



Figura 12: Roberto Luis Cervantes Montaña.
Tomado de www.google.com, 2011.

Simón Plata Torres

Nació en Muisne, el 11 de Septiembre de 1888, sus padres fueron José Plata Uribe y Domitila Torres. Fue un hombre progresista que luchó hasta lograr grandes beneficios para su tierra natal. Entre sus obras más importantes están la demarcación de la carretera Esmeraldas-Quito, que después de largos años de espera logró que el Gobierno iniciara y diera por terminada esta obra de gran trascendencia para la provincia esmeraldeña. Marcó los límites de Esmeraldas con las provincias de Carchi, Imbabura, Pichincha y Manabí. Murió el 16 de Marzo de 1967. Se honro su nombre llamando igual a una calle, a la carretera que une Esmeraldas con la ciudad de Quito y a un colegio del cantón Quininde. (Loor, 1990).



Figura 13: Simón Plata Torres.

Tomado de www.google.com, 2011.

Gustavo Becerra Ortiz

Nació en Esmeraldas el 1 de Mayo de 1910. Fue escritor y periodista, entregándose por entero al engrandecimiento de su tierra. Fundó los seminarios “El Correo” y “El Machete”, en los cuales daba a conocer las necesidades prioritarias de la ciudad y provincia de Esmeraldas y la poca atención que se prestaba por parte del Gobierno Central. Su nombre lo lleva un colegio de las Villegas y una calle de la ciudad de Esmeraldas (Loor, 1990).

Margarita Cortez

Nació en Esmeraldas el 2 de Marzo de 1884. Desde pequeña se distinguió como buena estudiante, sirviendo de monitora en la única existente en la ciudad. Esto fue la causa para dedicarse por entero al Magisterio, en cuyas filas sirvió por el lapso de más de 43 años, entregando un sinnúmero de generaciones a la Patria. Fue cancelada en 1944 por asuntos políticos, jubilándola el año siguiente el Presidente Velasco Ibarra, por Decreto Militar. A pesar de su jubilación siguió sirviendo al Magisterio, en calidad de profesora particular. Murió en Esmeraldas el 29 de Julio de 1968. Se ha nombrado en su honor a un colegio de señoritas de la ciudad (Loor, 1990).

Tácito Ortiz Urriola

Nació en San Mateo-Esmeraldas, el 14 de Junio de 1902. Sus padres fueron Jacinto Ortiz y Doña Aurora Urriola. Fue poeta, músico y periodista. Estudió en el conservatorio de Música de Quito, no concluyendo sus estudios. Es el autor de la letra y música del himno oficial de la provincia de Esmeraldas. Murió pobre y abandonado el 11 de Abril de 1981. Se ha nombrado en su memoria nombrando a una calle, a un colegio y a al Salón Cívico de la ciudad. (Loor, 1990).

Luis Alberto Raad Estrada

Nació en Esmeraldas en Enero de 1929. Fueron sus padres don Jorge Raad y Doña Mary Estrada. En los cargos ocupados demostró capacidad administrativa y deseos fervientes de servir a su provincia, entre estos tenemos: Gerente de la compañía Bananera Astral, Gerente de la Empresa de Agua Potable y Alcantarillado, Gerente del Banco La Filantrópica, Prefecto Provincial, Gobernador, Concejal y Vicepresidente del Municipio, Presidente del Club de Leones, Gerente de Autoridad Portuaria, entre otros. Murió en Esmeraldas en Mayo de 1984, en ejercicio de sus funciones como Gerente de Autoridad Portuaria. En su honor el Recinto Ferial de la Propicia, un colegio particular de la ciudad y el Salón Auditorio de Autoridad Portuaria, llevan su nombre (Loor, 1990).

3.2 Gastronomía Esmeraldeña

“Esmeraldas, ofrece una gastronomía vernácula única en la geografía ecuatoriana con muchos secretos que le dan un sabor especial, muy apetecido en el país” (www.municipioesmeraldas.gob.ec, s.f.).

La gran variedad de olores, colores y sabores que posee la comida esmeraldeña hacen que sea muy codiciada por los visitantes de la provincia.

En la gran mayoría de los platos esmeraldeños se encontrará productos y especias que son característicos en la preparación de los alimentos por parte de los habitantes de la región, tales como los mariscos, carnes de animales silvestres, plátano verde, maduro, chillangua y el coco, siendo este último el más importante de la gastronomía del cantón (www.municipioesmeraldas.gob.ec, s.f.).

3.2.1 Platos típicos

En la amplia cantidad de platos típicos de la gastronomía esmeraldeña se encuentran algunos que se destacan y que son más apetecidos que el resto. El Tapao, el Tapao Arrecho, los Bolones, el Tamal, el Ensumacao, el Encocao, la Panda de pescado, son los más buscados por los turistas debido a su exquisito sabor y sus ingredientes, típicos de la provincia.



También existen otros platos que se preparan con carnes de caza o carne de monte, como se las conoce comúnmente, (guanta, venado, tatabra, guatín, etc.) las que se ahúman para su preparación. Al igual que cierto tipo de pescados, como el toyo que se puede encontrar en algunos puestos de comida popular el famoso aserrín de toyo (www.municipioesmeraldas.gob.ec, s.f.).

3.2.2 Dulces y postres

Los dulces y postres típicos de Esmeraldas son de gran acogida por su variedad de sabores e ingredientes con los que están preparados. “Algunos dulces son preparados en base del coco: las cocadas (negra y blanca) y otros de frutas de la zona como piña, papaya verde, grosellas, hobos o ciruelas, guineo, guayaba, maíz, panela y otros a base de leche” (www.municipioesmeraldas.gob.ec, s.f.).

Entre los postres más destacados están el cazabe, el champú, las otayas, las majajas, la chucula y la mazamorra, dulces tradicionales que han sido preparados por generaciones.



Figura 15: Preparación de la Cocada esmeraldeña.

Tomado de www.hoy.com.ec, 2008.

3.3 Proyectos turísticos en el cantón

3.3.1 Proyectos Municipalidad de Esmeraldas

El Municipio de Esmeraldas desde el año 2002 ha trabajado en una serie de proyectos para fomentar el turismo en el cantón, creando infraestructura urbana y rural, así también como resaltar los elementos culturales que lo caracterizan.

La recuperación de espacios públicos que fortalezcan el turismo ha sido una de sus principales preocupaciones. La creación de la Plaza Cívica, el Mercado Artesanal, la calle Bolívar, la creación de monumentos representativos de la cultura esmeraldeña, la Gran Manzana y la readecuación de los parques del cantón son muestra de aquello (www.municipioesmeraldas.gob.ec, s.f.).

La promoción de la cultura esmeraldeña se ha realizado mediante una serie de eventos que se llevan a cabo todos los años, como festival del cine Afro, la feria Gastronómica, la feria internacional de Música y Danza Afro que es realizada en los carnavales, así también como la creación del mes de la cultura Afro, el edificio del conservatorio Municipal y el centro de Diversidad Cultural (www.municipioesmeraldas.gob.ec, s.f.).

En la playa de las Palmas se creó un espacio de seguridad para las personas que poseen algún tipo de discapacidad y así tengan mayores facilidades para acceder a las distintas zonas de la playa, a esto se suma el servicio Municipal de salvavidas y rescate acuático (www.municipioesmeraldas.gob.ec, s.f.).



Figura 16: Punto accesible en la playa de las Palmas para las personas con discapacidad.

Tomado de www.municipioesmeraldas.gob.ec, 2011.

Paseo de Las Palmas

En la zona de Las Palmas se realizará un proyecto que busca embellecer y proveer de varios servicios a dicho sector. Se trata de una revolucionaria infraestructura que contará con 3 edificios de 7 pisos cada uno donde se pondrán en alquiler departamentos y se instalarán comercios de firmas importantes.

A la obra se le ha denominado el 'Paseo de Las Palmas' y para su construcción se conformó una empresa de economía mixta que está integrada por el Municipio y el Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (BIESS) que es el mayor inversionista de este acuerdo.

La primera fase iniciará con la construcción de tres torres de edificios: dos de 13 pisos y otro de seis, donde irá un hospital del día y departamentos para alquiler.

La Junta Cívica de la parroquia Luis Tello, que abarca al balneario de Las Palmas, considera que se debe socializar con la comunidad los alcances del proyecto.



Figura 17: Maqueta digital del proyecto "Paseo Las Palmas".
Tomado del Municipio de Esmeraldas, 2012.

Carnaval esmeraldeño

El Pregón da inicio a los Carnavales Esmeraldeños, con el recorrido de la caravana por las principales calles de la ciudad, mostrando distintas agrupaciones culturales de la provincia, llegando a la plaza cívica donde se reúnen a continuar con esta celebración.



Figura 18: Pregón de Carnaval en la ciudad de Esmeraldas.

Esmeraldas del 19 al 21 de febrero, realiza por tradición el festival Internacional de Música y Danza Afro, donde se reúnen exponentes de la cultura Afro de varios países.

En el año 2002 se organizó el primer Festival Internacional de Música y Danza Afro Carnaval Esmeraldeño con la participación de agrupaciones culturales de asentamientos negros del Ecuador (Esmeraldas, Quito, Valle del Chota) Colombia, Perú, y EEUU. Evento que recibió una enorme aceptación del

público, tanto residente como visitante, lo que motivó que el señor Ernesto Estupiñán Quintero, Alcalde del Cantón, tomará la decisión de institucionalizarlo. A partir de ese momento, se ha venido implementando anualmente desde el año 2003 al presente (www.municipioesmeraldas.gob.ec, s.f.).

El Festival Internacional de Música y Danza Afro, constituye un espacio donde los distintos asentamientos negros que están regados por América muestran la belleza de su cultura, toda su riqueza y expresión; pero también, ponen de manifiesto esa fuerza interna que pese a la agresión que sufrieran por más de quinientos años por una cultura que intentó someterlos, buscaron formas de mantener sus raíces, a fin de no perder su identidad.

El Festival Internacional de Música y Danza Afro “Carnaval Esmeraldeño” es un evento público y gratuito que se desarrolla en el balneario de las Palmas de la ciudad de Esmeraldas y en el tradicional “Barrio Caliente” durante las festividades del carnaval (www.municipioesmeraldas.gob.ec, s.f.).

El Festival dura cuatro días y en ellos la identidad cultural del pueblo negro se reafirma, se presentan agrupaciones culturales de música y danza provenientes de diferentes lugares de la diáspora, los mismos que manifiestan con voz propia las expresiones de raíces ancestrales vivas de su pueblo. Los bailarines mueven sus cuerpos al son de la marimba, la percusión, el cajón, los platillos y el clarinete (www.municipioesmeraldas.gob.ec, s.f.).

Los grupos folklóricos internacionales, nacionales y locales participantes entregan todo su potencial, gracia y creación motivados por el anhelo de llevarse la Marimba de Oro, máximo galardón que se disputa en las diferentes categorías (www.municipioesmeraldas.gob.ec, s.f.).



Figura 19: Fiestas de Carnaval en la playa de las Palmas.

3.3.2 Proyectos del Ministerio de Turismo

Malecón de Tachina

Para estimular el fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos y garantizar la adecuada satisfacción de los turistas, el Ministerio de Turismo implementa el proyecto para diseñar el malecón turístico de Tachina, como un elemento dinamizador de la economía local de esta parroquia, del cantón Esmeraldas, en la Ruta del Spondylus (www.elciudadano.gob.ec, s.f.).

Tachina, es una de las parroquias del cantón con mayor diversidad natural, realidad que puede ser aprovechada para generar fuentes de empleo mediante el fomento del turismo.

Este proyecto permitirá realizar un diagnóstico de oportunidades que permitan el desarrollo de emprendimientos de servicios turístico-recreativos con base en la identificación de las potencialidades del sector en donde se ubicará el Malecón de Tachina.

La obra permitirá la caracterización de los segmentos de mercado objetivo, así como los requerimientos de manejo adaptados a la realidad de este sector, que actualmente carece de infraestructura turística y que le permita beneficiarse del aumento en la demanda turística, que provocó la construcción de los puentes

sobre el río Esmeraldas, los mismos que constituyen un paso obligado para los turistas nacionales y extranjeros que llegan a Esmeraldas por vía aérea y por la misma comunidad esmeraldeña, que demanda mayores oportunidades de esparcimiento y recreación.



3.4 Lugares turísticos del cantón

El cantón Esmeraldas ofrece una gran variedad de lugares que visitar. Posee balnearios envidiados por las demás provincias por su belleza y clima que siempre es agradable para el turista, y un sinnúmero de lugares llenos de historia y cultura, lo que brinda a los visitantes una gran variedad de alternativas al momento de hospedarse en el cantón.

3.4.1 Espacios públicos

En los lugares públicos los más destacados son sus balnearios, de agua dulce y agua salada, que son el principal atractivo que ofrece el cantón a sus visitantes y la gente propia.

Balnearios

Esmeraldas posee cinco playas, Las Palmas, Achilube, Camarones, Tacusa y Banderas; la primera de estas siendo la más importante por las facilidades que ofrece al turista, al estar ubicada a escasos metros del centro de la ciudad, la convierte en paso obligatorio de todo aquel que visita la ciudad.

“Comunidades ubicadas en la vía que conduce al norte de la provincia, poseen playas rurales en estado natural con servicios turísticos en medio de una población amable y hospitalaria. En Camarones se pueden realizar visitas a la fincas del sector y también practicar el deporte del parapente.” (www.municipioesmeraldas.gob.ec, s.f.)

Las Palmas

La playa de Las Palmas es el lugar idóneo para las personas que buscan realizar actividades en tierra, debido a que posee un extenso malecón con servicios básicos y muchos restaurants, bares, discotecas. Estos lugares son ideales para la diversión sin salir de la ciudad.

Además a pocos metros de la playa se puede disfrutar de las conocidas visitas a las ballenas jorobadas que llegan a recorrer la Costa del país.

Es sede de diferentes expresiones culturales, como el festival Internacional de Música y Danza Afro (www.municipioesmeraldas.gob.ec, s.f.).

El mirador ubicado en la parte alta de la playa permite observar el encanto de esta tierra en todo su esplendor. Este lugar es muy concurrido por los turistas para observar su paisaje y fotografiar el mismo (www.ppelverdadero.com.ec, s.f.).



Figura 21: Fotografía de la playa de las Palmas realizada desde el mirador de las Palmas.
Tomado de www.municipioesmeraldas.gob.ec, 2012.

Achilube

Playa ubicada en la zona rural de la ciudad ofrece varias alternativas de diversión como distintos deportes extremos que son realizados con facilidad por el amplio espacio que posee.

La Playa de Achilube se encuentra en la zona de bosque seco tropical. Esta playa se encuentra rodeada por cocoteros.

Cerca de la playa Achilube se puede observar y disfrutar de los diversos manglares que representan el mayor patrimonio de la zona, donde es posible distinguir algunas variedades de mangle. En sus raíces habita gran variedad de moluscos y crustáceos.



Figura 22: Playa de Achilube.

Tomado de www.municipioesmeraldas.gob.ec, 2012.

Playa de Tacusa

La Playa de Tacusa es una playa clásica, sus arenas grises y temperatura agradable. Alrededor de esta hermosa playa encontrará pequeños restaurantes con frescos productos del mar, su proximidad con la ciudad de Esmeraldas le proporciona mucho dinamismo a su comercio y oferta de mariscos.

La Playa de Tacusa está ubicada en la provincia de Esmeraldas, posee un área de 3 Km. con una temperatura máxima de 23° C.

Sus aguas mansas y su cálido clima son una invitación a realizar paseos por la arena y disfrutar del paisaje que ofrece Tacusa.



Figura 23: Playa de Tacusa.
Tomado de Boada, I, 2008.

Playa de Camarones

Ubicada a 30 kilómetros al norte de la ciudad, es considerado como uno de los balnearios más bellos de la de la provincia. La Playa Camarones tiene un área de 7 Km. con una temperatura promedio de 21°. Es un maravilloso lugar lleno de atractivos y entretenimiento.

Su nombre es otorgado a la abundancia de camarones que habitan en sus aguas. Su población se dedica a la pesca artesanal, agricultura y ganadería.

Balnearios de agua dulce

Los balnearios de agua dulce son solicitados por personas que buscan lugares más tranquilos, San Mateo, Tabiazo y Carlos Concha forman también parte de los atractivos turísticos del cantón, ofreciendo una amplia variedad actividades.



Figura 24: Rio Tabiazo.
Tomado del Municipio de Esmeraldas, 2006.

Museos

Aspectos culturales y de interés acerca de la historia Esmeraldas están claramente identificados en los museos de la ciudad, El Museo Regional de Arqueología, el Museo Carlos Mercado Ortiz y el Museo didáctico de historia natural y ecológica, muestran claramente la evolución y el desarrollo que ha atravesado el pueblo esmeraldeño. Municipalidad de Esmeraldas (www.municipioesmeraldas.gob.ec, s.f.)



Figura 25: Museos de Esmeraldas.

Tomado de www.municipioesmeraldas.gob.ec, 2011.

Parques

-Parque 20 de Marzo (Parque Central), “en homenaje a la fecha en la que fue fusilado el héroe esmeraldeño Luis Vargas Torres, en la ciudad de Cuenca” (Loor, 2009, p.22).



Figura 26: Parque Central 20 de Marzo.

Tomado del Municipio de Esmeraldas, 2006.

- Parque Roberto Luís Cervantes (Parque Infantil)



Figura 27: Parque Roberto Luís Cervantes Central.
Tomado de www.municipioesmeraldas.gob.ec, 2012.

- Parque Luis Tello



Figura 28: Parque de las Palmas.

Iglesias

- Santuario Virgen de Loreto



Figura 29: Santuario Virgen de Loreto.

Tomado del Municipio de Esmeraldas, 2006.

- La Merced



Figura 30: Iglesia de la Merced.

Tomado del Municipio de Esmeraldas, 2006.

- La Catedral



Figura 31: Iglesia de la Catedral.

Tomado de Alcivar, A., 2010.

- Virgen de Fátima



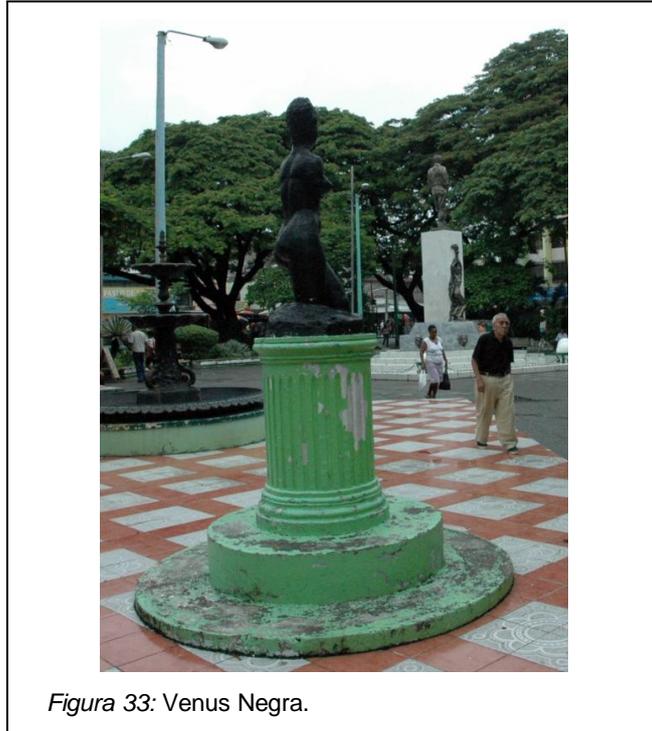
Figura 32: Iglesia Virgen de Fátima.

Tomado de Alcivar, A., 2010.

Monumentos de la ciudad

Entre los monumentos más destacados de la ciudad se encuentran:

-El Busto a la Venus Negra, ubicada en el parque 20 de Marzo.



-El monumento al deportista esmeraldeño, ubicado a la subida del coliseo Cayapas.



-Monumento a la Sirena, ubicado en el balneario de las Palmas.

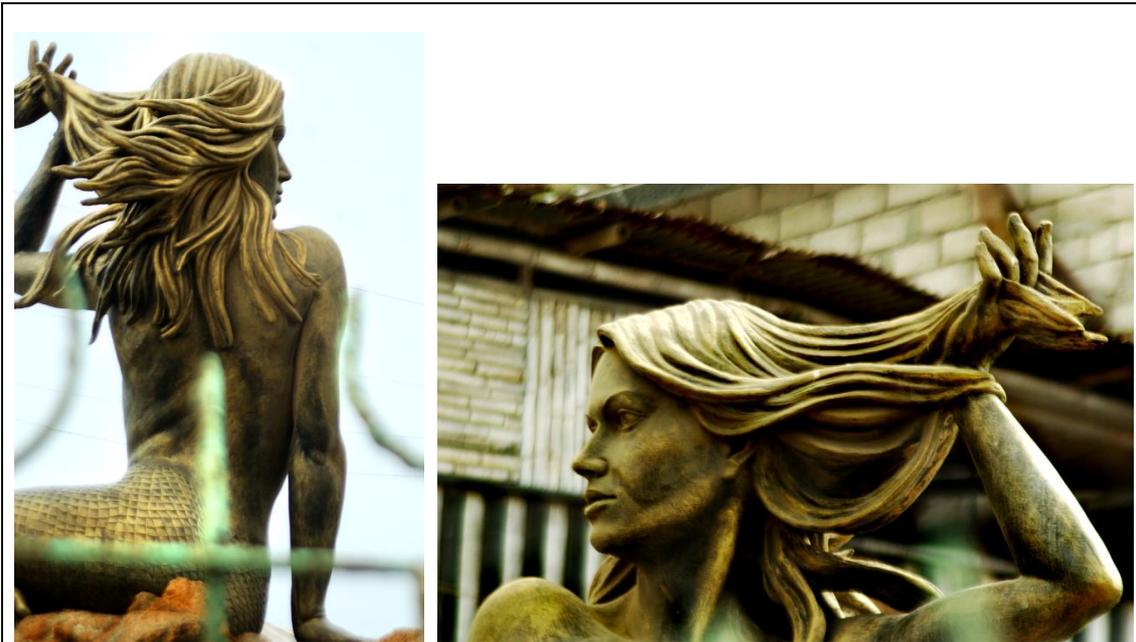


Figura 35: Monumento de la sirena en la playa de las Palmas.
Tomado de Alcivar A, 2010.

-Monumento al Crnl. Luis Vargas Torres, ubicado en el parque 20 de Marzo.



Figura 36: Monumento a Vargas Torres.
Tomado de Municipio de Esmeraldas, 2006.

-Monumento El Bananero, ubicado en el barrio Esmeraldas Libre.

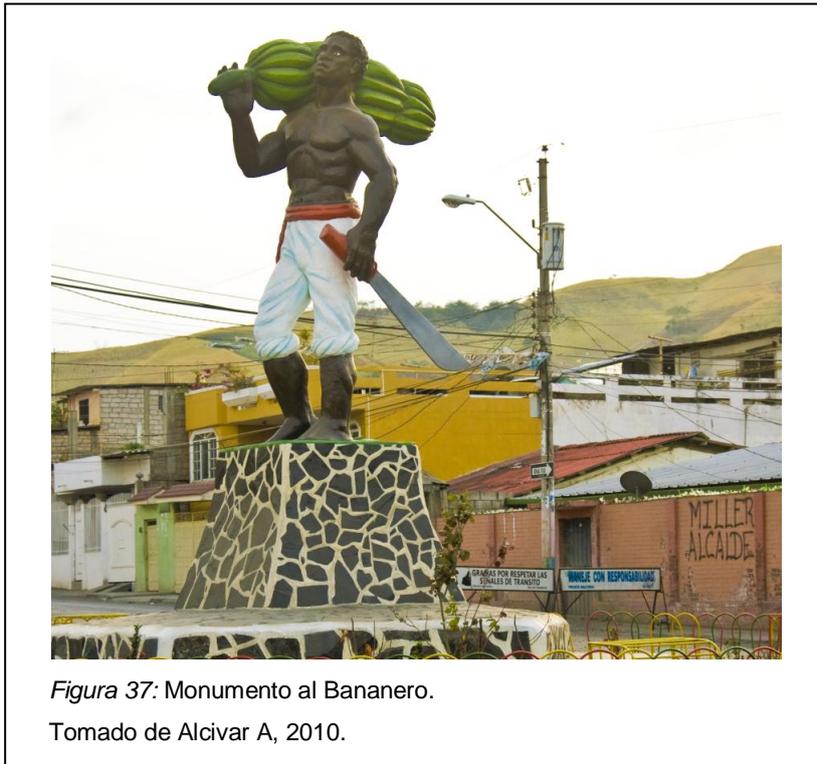


Figura 37: Monumento al Bananero.

Tomado de Alcivar A, 2010.

-Monumento a la marimba Ubicado en las calles Pedro Vicente Maldonado y Guayas



Figura 38: Monumento a la Marimba.

Tomado de Alcivar A, 2010.

3.4.2 Espacios privados

Esmeraldas posee una gran variedad de sitios y actividades para todos los visitantes de la ciudad, sus restaurantes, sus balnearios, bares y discotecas a pocos metros de la playa son los más solicitados.

Entre los lugares más destacados del cantón se encuentran sus restaurantes y sitios donde se puede disfrutar de la gastronomía esmeraldeña que es reconocida a nivel nacional. En los distintos rincones del cantón podrá encontrar los platos típicos a casi toda hora del día y a precios muy accesibles.

Las zonas de distracción nocturnas también son muy concurridos por los visitantes, bares y discotecas ubicados a pocos metros del mar son de mucho agrado para los turistas.

3.5 Actualidad de la situación turística

3.5.1 Problemas

En los últimos años la afluencia de turistas en el cantón Esmeraldas se ha visto afectada por diversos factores que han causado que las personas elijan otros destinos. Omitiendo aspectos como los climáticos, los principales problemas para que esto se origine son: el mal estado de las carreteras, la falta de publicidad y los pocos lugares de alojamiento.

Calles y espacios públicos

El mal estado de las calles del cantón de Esmeraldas ha causado que las personas piensen dos veces antes de visitar la ciudad. Los accidentes de tránsito debido a este problema se han convertido en una constante, que han afectado al turismo y por ende la economía del cantón y la provincia (www.diariolaverdadesmeraldas.com, s.f.).

A esto se puede sumar el descuido de las zonas turísticas dentro de la ciudad, como por ejemplo la playa de las Palmas.

El mejoramiento del balneario Las Palmas ha quedado estancado en el tiempo, sin que la Municipalidad de Esmeraldas cuente con un proyecto de regeneración que pueda sacar adelante a este sitio.

El presidente de la Junta Cívica de la parroquia urbana 'Luis Tello', Miguel Alarcón Ibarra, dijo que son varios años que han transcurrido sin que el Municipio haga inversión en el lugar quedando a la zaga de otras ciudades como Manta y Libertad que tienen lindos malecones que atraen al turismo local y nacional (www.lahora.com.ec, s.f).



Figura 39: Playa de las Palmas.

Tomado de www.lahora.com.ec, 2011.

Infraestructura

Los lugares de alojamiento se convierten en un inconveniente a la hora recibir a los visitantes del cantón. Pocas alternativas para esto se ofrecen a los turistas debido a la poca inversión en el turismo esmeraldeño, los hoteles y lugares de alojamiento son pocos y casi nulos, muchos de estos han dejado de funcionar debido a la poca concurrencia de turistas debido a que eligen otros destinos cercanos al cantón.

Publicidad

La poca promoción de los lugares turísticos del cantón ha ocasionado que Esmeraldas sea tan solo una ruta de paso para turistas que se desplazan hacia destinos de los cantones aledaños.

Sitios de gran interés que son de desconocimiento de gran parte del país, como la playa de Las Palmas que se encuentra a pocos metros del centro de la ciudad, es un claro ejemplo del desconocimiento debido a la poca publicidad empleado en este cantón.

Señalética

La falta de señalética enfocada al turismo se convierte en un problema a la hora de acoger a los visitantes, no tener una perspectiva clara de donde se encuentran se vuelve un problema a la hora de hacer turismo dentro de una ciudad. Una ciudad que posee una gran variedad de alternativas turísticas debe facilitar la llegada a los mismos y no solo conformarse con el uso de señalética de tránsito.

La poca señalética que ha sido implementada en el último tiempo, es señalética de prevención de riesgos debido a los desastres naturales que se han dado en todo el mundo, en este caso los tsunamis.



Figura 40: Señalética en la playa de las Palmas.

Conclusiones del capítulo

El tercer capítulo contiene información general de todos y cada uno de los aspectos del cantón Esmeraldas que se consideraron importantes para la realización del proyecto.

Dentro del capítulo se incluyó información como antecedentes históricos, gastronomía, aspectos culturales, festividades, lugares turísticos, problemáticas, etc. Es esta información la que nos permite desarrollar de manera adecuada los distintos elementos de diseño.

Uno de los temas que se decidió incluir por recomendación del Señor Ramón Macías, uno de los entrevistados, es personajes históricos del cantón debido a que considera que estas personas han sido un pilar importante para el desarrollo de la provincia y que es injusto que no formen parte de la actualidad de Esmeraldas.

4 Capítulo IV. Las formas del turismo

4.1 Diseño industrial

El diseño nació cuando el hombre trato de entender el mundo que lo rodeaba. Valiéndose de su inteligencia consiguió facilitar las actividades que conllevan su existir, solucionando las necesidades propias de su grupo para conseguir un medio ambiente confortable (Cruz & Garnica, 2006). Esto se logró con la ayuda de artefactos que fueron evolucionando de acuerdo con las necesidades de un mundo cada vez más complejo, enriquecido con la acumulación de experiencias hasta convertirse en lo que hoy conocemos como ciencia, que con el uso de artefactos se convierte en tecnología.

“La comprobación fáctica de la funcionalidad de los objetos, en su proceso evolutivo originó conocimientos que sirvieron para ser aplicados en el mejoramiento progresivo de estos objetos. Condujo a establecer una disciplina que estudia de una manera predictiva y pragmática la correcta función y los procesos de fabricación de artefactos que van a cubrir las necesidades y apetencias, ajustadas a las exigencias demandadas por el grupo social.” (Cruz & Garnica, 2006, p.4)

El diseño: “es una actividad global que tiene en cuenta los datos tecnológicos, la ordenación de los componentes de un producto, los datos pragmáticos, la relación producto/usuario, las posibles prestaciones, la ergonomía y la dimensión semántica del producto” (Quarante, 1992, p.11). Es decir su significado, su simbología, la forma en que será reconocido.

Si arbitrariamente se concede prioridad a solo una de las dimensiones del producto (la dimensión semántica, la pragmática, o la sintáctica), se corre el riesgo de llegar a soluciones que presentan desigualdades o irregularidades debido a que se ha otorgado un peso excesivo a uno de los factores en perjuicio de los demás (Quarante, 1992).

El diseño industrial es una disciplina que por estar cimentada y ayudada por ciencias y tecnologías comprobadas, la convierte en interdisciplinaria y científica.

Existen muchas definiciones acerca del Diseño Industrial y se puede considerar que la mayoría son acertadas. De estas definiciones se pueden destacar factores comunes:

“Es una actividad de estudio previo de la fabricación y mercadeo de un objeto que llenará las expectativas de un grupo de adquirentes; considera factores que lo llevan a configurar productos con nuevos beneficios funcionales, de uso, de producción, estéticos, ambientales y sicosociales.” (Cruz y Garnica, 2006, p.4)

El Diseño Industrial es indispensable y obligatorio para aquellas empresas que manejan proyectos de producción industrial.

Siendo el objetivo de la empresa satisfacer un mercado con un producto apetecible, el estudio previo a su producción deberá estar regido a los aspectos socioeconómicos, geográficos y temporales impuestos por el grupo al cual está dirigido el proyecto, así como a las condiciones relativas a la empresa (Cruz y Garnica, 2006).

4.1.1 Semiótica en el diseño industrial

“El diseño es una disciplina que no solo engendra realidades materiales sino que también cumple una función comunicativa” (Bürdek, 1994, p.129). Es verdad que en las últimas décadas no se le ha prestado atención debido a que lo que centraba la atención de los diseñadores eran las funciones prácticas, es decir, el rendimiento técnico de los productos, el diseño de sus elementos de manejo, o la satisfacción de las necesidades (Bürdek, 1994).

“La semiótica, la teoría de la comunicación, se ocupa del proceso de la comunicación. Los tres fundamentos de esta ciencia son un emisor, una señal y un receptor (Bürdek, 1994, p.132).

La tarea del diseñador es la de traducir las distintas funciones de un producto en signos de manera que puedan ser comprensibles por el uso potencial. Para ello se precisa que el diseñador en particular esté familiarizado con el repertorio de signos del usuario correspondiente, es decir, que entienda los supuestos conceptos culturales de los signos utilizados. (Bürdek, 1994, p.133)

“La interacción en el contexto cultural significa por tanto también ser capaz de descifrar los sistemas sociales de los signos, sus significados evidentes y ocultos” (Burdek, 1994, p.133).

4.1.2 Ergonomía

Antecedentes históricos

“La historia de la ergonomía abarca toda la existencia del hombre, pues él, desde sus inicios, se ha valido de sus facultades adaptándose y utilizando los recursos naturales que lo rodeaban para asegurar su supervivencia” (Cruz y Garnica, 2006, p.5).

Concepto de ergonomía

“En sentido literal, ergonomía, significa estudios de las leyes del trabajo. En la práctica, la definición aceptada de ergonomía es la siguiente: conjunto de disciplinas científicas aplicadas al hombre en actividad para mejorar las situaciones de trabajo” (Quarante, 1992, p.116).

“La ergonomía es una ciencia relativamente reciente. La palabra aparece por primera vez en 1949, en Gran Bretaña, lanzada por “The Ergonomic Society” (Sociedad de Investigación Ergonómica). Esta disciplina se desarrolló, en un principio, en el campo militar” (Quarante, 1992, p.117).

“La ergonomía estudia los factores que intervienen en la interrelación hombre-artefacto (operario-máquina), afectados por el entorno” (Cruz y Garnica, 2006, p.21). Este conjunto se complementa para lograr un adecuado rendimiento; el hombre piensa y acciona, mientras que el artefacto se adapta a las características del hombre en todos sus aspectos. El objetivo de la ergonomía es dar pautas al diseñador para optimizar el trabajo del conjunto operario-artefacto.

“Todo proyecto de diseño está obligado a usar como herramienta básica para su estudio la ergonomía, que sirve para determinar los factores de influencia y marco de limitantes, cuyos resultados cualitativos y cuantitativos se convierten en los requerimientos y parámetros para el planteamiento de una hipótesis acertada.” (Cruz y Garnica, 2006, p.22)

El objeto y su función

“El artefacto es todo objeto utilitario para servicio y comodidad del hombre. Producto del raciocinio, conocimiento e inventiva humanos. Como resultado de la tecnología, expresa el nivel de vida, el dominio y manejo de los recursos humanos y materiales de una sociedad” (Cruz & Garnica, 2001, p.22).

Todo artefacto es creado por el ser humano para satisfacer una necesidad; esta función lo transforma en artefacto utilitario. Lo singular de su forma y lenguaje se debe a dos importantes factores:

- El ser humano y sus cualidades en los órdenes fisiológicos y sociales.
- La configuración funcional, respuesta a las razones que fueron motivo de su creación.

El objetivo principal de un objeto considerado funcional es el de facilitar el trabajo del ser humano.

Para la elaboración de un objeto se requiere realizar un estudio de su función y la manera en la que será utilizado, tomando en cuenta las necesidades y

características de las personas que manipularán el artefacto. Del grupo de personas que utilicen el objeto dependerá la función del mismo.

4.1.3 Antropometría

“La antropometría dimensiona las partes anatómicas. Esta disciplina se ocupa de dimensiones físicas y proporciones del cuerpo humano” (Cruz & Garnica, 2001, p.41).

El acotamiento del cuerpo nos permite apreciar en tres dimensiones al hombre. Esta medición se realiza en cada individuo integrante de un grupo poblacional en estudio.

“El grupo de estudio tiene características propias que los distinguen de los demás grupos, están expuestos a cambios debido a la época en la que se realice la investigación. Esto hace que sea obligatoria la aplicación inmediata de los resultados de estudio, de lo contrario los parámetros obtenidos perderán vigencia de utilización.” (Cruz & Garnica, 2001, p.42)

Dimensiones antropométricas

“Las dimensiones que se toman en un estudio antropométrico están determinadas por las variables predominantes de la actividad en análisis, consecuentemente, la movilidad postural del sujeto en su accionar resuelve cuales deberán ser las dimensiones involucradas” (Cruz & Garnica, 2001, p.47). Estas dimensiones estáticas de la secuencia del movimiento permiten elaborar tablas con información procesable biométricamente.

Medición antropométrica

La antropometría para llevar a cabo sus mediciones utiliza instrumentos entre los que se encuentran:

“Escalas métricas, goniómetro, antropómetro, calibrador de piel plegada, calibrador de deslizamiento, cinta métrica, compás, tabla osteométrica, palatómetro, carta de colores para cabello, carta de colores para ojos, báscula y muchos instrumentos diseñados a propósito del estudio dimensional del hombre” (Cruz & Garnica, 2001, p.48).

En un gran número de casos es complicado encontrar el instrumento adecuado para la realización de los estudios antropométricos, es por esto que el diseñador se ve obligado a fabricar un objeto que pueda realizar las funciones requeridas.

4.1.4 Materiales

El diseñador industrial en lo que respecta a los recursos, se encuentra actualmente obligado a tomar posición ante la amplitud de los problemas energéticos y la utilización de materias primas (Quarante, 1992). “Esto se traduce en opciones en el momento de la concepción: elección de los materiales, elección del procedimiento de fabricación y elección de la importancia dada a los conceptos de fiabilidad, de manejabilidad y, por tanto a los conceptos de disponibilidad y de duración” (Quarante, 1992, p. 149).

“Los materiales industriales se desarrollan a partir de materiales naturales y de materiales de ingeniería, para procesarse de tecnológicamente y satisfacer necesidades industriales” (Vélez, 2008, p. 2). Las características a la hora del diseño de los materiales industriales varían dependiendo de la cultura y la sociedad.

Los aspectos económicos, de seguridad, de funcionalidad, de apariencia y la durabilidad se redefinen día a día en la sociedad, es por esto que los materiales cobran sentido en el diseño industrial.

Metales

Los metales en la manufacturación son generalmente aleaciones, estos se componen de dos o más elementos, al menos uno de estos es metálico. Los metales se dividen en dos grupos: metales ferrosos y no ferrosos.

- Metales Ferrosos

“Los metales ferrosos se basan en el hierro; el grupo incluye acero y hierro colado; éstos constituyen el grupo de materiales comerciales más importantes y comprenden más de las tres cuartas partes del tonelaje de metal que se utiliza en todo el mundo” (Groover, 1997, p.10). El hierro en estado puro no tiene mucho uso comercial, pero con aleaciones de carbón es más usado y adquiere un mayor valor comercial. Con la aleación de hierro y carbón se puede formar acero y hierro colado.

- **El acero** es la categoría de más importancia dentro de los metales ferrosos. El acero tiene aplicaciones en la industria de la construcción, en el transporte y en productos de consumo. “Las razones por las que el acero es tan popular son: su resistencia mecánica, su bajo costo y su facilidad de procesado en una gran variedad de procesos de manufactura” (Groover, 1997, p.10).
- **El hierro colado** se puede encontrar en formas variadas, de las cuales el hierro colado gris es el más común; sus aplicaciones incluyen la fabricación de monobloques y cabezas para motores de combustión interna (Groover, 1997).

-Metales no ferrosos

Estos metales comprenden los otros elementos metálicos y sus aleaciones. En casi todos los casos, las aleaciones son más importantes que los metales puros. Estos incluyen las aleaciones y los metales puros de aluminio, cobre, oro, magnesio, níquel, plata, estaño, titanio, zinc y otros metales (Groover, 1997).

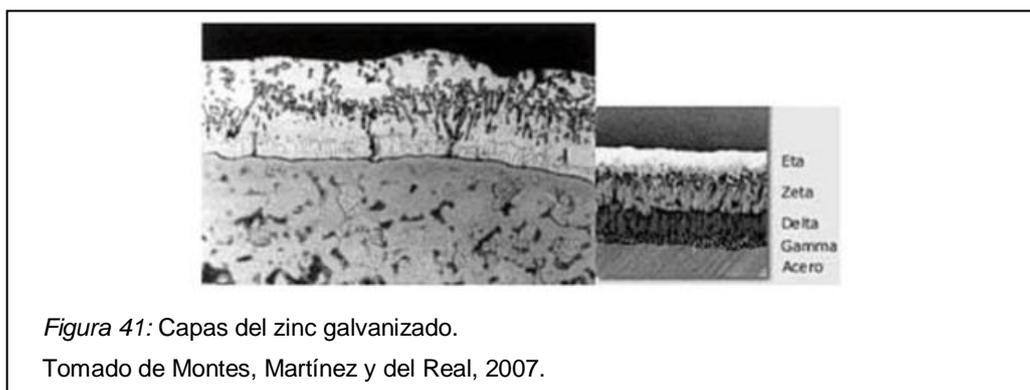
Recubrimiento de Zinc galvanizado

El galvanizado en caliente es uno de los sistemas que posee mayor eficacia para proteger el hierro y el acero ante la corrosión cuando se exponen a distintas atmosferas.

“Consiste en la formación de un recubrimiento de zinc sobre piezas y productos de hierro o acero mediante la inmersión de los mismos en un baño de zinc fundido a unos 450° C” (Rodríguez, Martínez y del Romero, 2007, p. 213).

El proceso de galvanización solo se puede producir si las superficies de los materiales están químicamente limpias, es por esto que deben pasar antes por un proceso de preparación de las superficies.

“Durante la inmersión en el zinc fundido, se produce una reacción de difusión entre el zinc y el acero, que tiene como resultado la formación de diferentes capas de aleaciones zinc-hierro, al extraer los materiales del baño de zinc, estas capas de aleación quedan cubiertas por una capa externa de zinc puro.” (Rodríguez, Martínez & del Romero, 2007, p. 213)



Lo resultante es una capa de zinc unida metalúrgicamente al acero mediante diferentes capas zinc y hierro. “La capa zeta es dura con cristales alargados y proporciona fragilidad, y hay que tener cuidado con el espesor de esta capa” (Rodríguez, Martínez & del Romero, 2007, p. 214).

Desde el punto de vista industrial existen tres tipos de procedimiento de galvanizado:

- **Instalaciones discontinuas**

Se realizan sobre piezas y productos de tamaños y pesos muy variados (desde tornillos hasta estructuras de grandes dimensiones), por lo que es complicado automatizar el procedimiento. “En este tipo de instalaciones la preparación superficial se realiza por vía química (Rodríguez, Martínez & del Romero, 2007, p. 214).

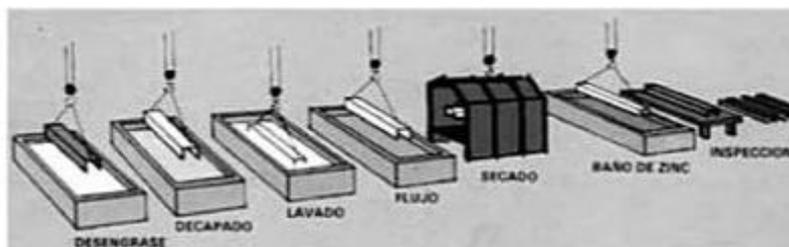


Figura 42: Proceso de las instalaciones discontinuas.

Tomado de Montes, Martínez y del Real, 2007.

- **Instalaciones automáticas o semiautomáticas**

Permite realizar el proceso de galvanizado sobre productos en serie, “En estas instalaciones la preparación superficial se realiza también por vía química y el movimiento de los materiales a través de las distintas etapas del proceso está total o parcialmente automatizado” (Rodríguez & Martínez, del Romero, 2007, p. 214).

- **Instalaciones continuas**

Los galvanizados sobre alambres se realizan en líneas de galvanización que trabajan de manera continua. Previo a sumergir en el baño de zinc se prepara el material por vía química o por vía termoquímica en hornos (Rodríguez, Martínez & del Romero, 2007).

DIBOND

Las planchas de DIBOND son paneles compuestos constituidos por 2 láminas de Aluminio de 0,3mm de espesura y un núcleo central de Polietileno macizo, con espesuras finales de 3 y 4mm, y con acabado termolacado al calor con el sistema de resinas de Poliéster y Super Poliéster (www.preysi.com, s.f.).

- Peso para espesura de 3mm: 3,80 Kg/m².
- Peso para espesura de 4mm: 4,75 Kg/m².

Las planchas de Dbond tienen como principales características la plasticidad, la liviandad y su fácil manipulación. Además ofrece excelente superficie plana y rigidez. El mantenimiento de los paneles Dibond se realiza con agua y detergente neutro

Estabilidad de la pintura

La pintura con sistema de resinas Poliéster y Súper Poliéster, proporciona a los paneles Dibond, en un período promedio de 5 y 7 años respectivamente, buena estabilidad de acabado, presentando baja pérdida de color y brillo (www.preysi.com, s.f.). Presentan óptimas condiciones de adherencia, siendo apropiadas para pintura, serigrafía o adhesivos.

Principales usos:

- Totems, Pórticos, Marquesinas y Frontispicios.
- Decoración de Tiendas.
- Displays en Puntos de Venta.
- Anuncios Externos.
- Quioscos.
- Cajas para Señalización.
- Fotomontajes.
- Letras Recortadas.
- Decoración e Interiores.
- Decoración de Stands y Muestrarios.
- Paneles Publicitarios y Señalización para Imagen Corporativa y Comunicación Visual.

Polímeros

“Un polímero es un compuesto formado por repetidas unidades estructurales llamados meros cuyos átomos comparten electrones para formar moléculas muy grandes. Los polímeros están constituidos generalmente por carbón y otros elementos como: hidrogeno, nitrógeno, oxígeno y cloro” (Groover, 1997, p.11). Se dividen en 3 categorías:

- **Polímeros termoplásticos.** “Pueden someterse a múltiples ciclos de calentamiento y enfriamiento sin alterar sustancialmente su estructura. En esta categoría se encuentran el polietileno, poliestireno, cloruro de polivinilo y nylon” (Groover, 1997, p.11).
- **Polímeros termofijos.** Estos elementos se convierten en una forma rígida al estar en un estado frío, luego de pasar por un proceso de calentamiento, de aquí el nombre de termofijo. Aunque se llama termofijo, algunos de estos polímeros se curan mediante procesos no térmicos (Groover, 1997).
- **Elastómeros.** “Estos polímeros exhiben un comportamiento elástico importante. En esta categoría se encuentra el hule natural, el neopreno, las siliconas y el poliuretano” (Groover, 1997, p.11).

Materiales compuestos

No se encuentran en una categoría aparte de los otros materiales, son una mixtura de los demás materiales. Esto se consigue procesando por separado los materiales y después uniéndolos para mejorar sus propiedades.

Los materiales compuestos pueden encontrarse en la naturaleza o ser creados sintéticamente. Los sintéticos son fibras de vidrio con base de polímeros como plástico reforzado con alguna fibra; fibra de polímero de una clase en matriz de otro tipo de polímero y materiales cerámicos en matriz metálica (Groover, 1997).

Las propiedades de los materiales compuestos tienen relación con los elementos que lo componen, de la forma física de esos componentes y de la forma en que se amalgaman para formarlo. Varios materiales compuestos mezclan alta resistencia con poco peso, otros son fuertes, rígidos y con la capacidad de conservar estas características a una temperatura alta (Groover, 1997).

Conclusiones del capítulo

Los temas expuestos dentro del capítulo son el punto de partida para el desarrollo de los diferentes elementos de diseño industrial. Es aquí donde se definen los diferentes procesos de diseño, fabricación, materiales, etc.

La investigación ayudo a determinar, entre otras cosas, los diferentes materiales que se deben utilizar en zona geográfica en la que se desarrolla el proyecto.

5 Capítulo V. La imagen del Turismo

5.1 Diseño grafico

5.1.1 Imagen corporativa

Dar una definición de imagen corporativa es muy complicado, debido a que en el sentido práctico todo aquello que tiene relación con una empresa o un producto puede hacer referencia a su imagen (Sánchez y Pintado, 2009).

“La imagen corporativa se puede definir como una evocación o representación mental que conforma cada individuo, formada por un cúmulo de atributos referentes a la compañía; cada uno de estos atributos puede variar, y puede coincidir o no con la combinación de atributos ideal de cada individuo.” (Sánchez y Pintado, 2009, p.18)

“Para conseguir una buena imagen corporativa, el punto de partida debe ser siempre la realidad de la empresa, es inútil intentar obtener una imagen que no refleja lo que la empresa es” (Sánchez y Pintado, 2009, p.38). Esa realidad debe ser proyectada de manera general tomando en cuenta todas las actividades que la empresa realiza.

Elementos básicos de la identidad visual

Tienen como primera misión determinar la marca para posteriormente definir toda la identidad visual. “La marca se formula para cumplir la función de representar, pudiendo adoptar diversas formas con base en signos icónicos y verbales o por la combinación de ambos” (Sánchez y Pintado, 2009, p.180).

Los elementos básicos se pueden agrupar en 3 conjuntos: uno simbólico, la cromática y la tipografía.

A) El logotipo: Es el nombre de la empresa al cual el diseñador le da una imagen única, mediante la cual va a ser diferenciada de otras que realicen una actividad similar.

- B) El símbolo:** El símbolo es el elemento no verbal de la identidad visual.
- C) El logotipo:** Se refiere a una nueva expresión que está constituida por la fusión del elemento icónico y verbal.
- D) El color:** El color es un elemento diferenciador que puede ser usado para identificar a una empresa de otra, así también como a productos o secciones de una misma empresa (Sánchez y Pintado, 2009).

La marca

“La marca es un aglutinador de características de origen psicológico que a veces poco o nada tienen que ver con las propiedades físicas del producto” (Sánchez & Pintado, 2009, p.214).

Las marcas intentan satisfacer necesidades que difícilmente podrían ser satisfechas mediante productos puntualmente físicos de los cuales solo tuviera información sensorial.

A través del uso de la marca el consumidor establece diferencias entre los distintos productos y no solo realiza la elección de acuerdo a su forma, tamaño, función.

Conjuntamente con los aspectos de tipo psicológico que intervienen en la marca, es necesario dar al nombre características visuales específicas que lo vuelva identificable en los diferentes espacios en los que interactúe.

Marca turística

Tiene como objetivo establecer a un sitio como destino turístico y busca que se posicione en el pensamiento general de las personas. Declara que no es solo un lugar que merece ser visitado sino un verdadero “destino turístico”, un lugar en el cual se concentran instituciones y servicios diseñados para satisfacer las necesidades de los turistas que llegan a dicho lugar.

5.1.2 Señalética

El inicio de la señalética se lo puede atribuir a la necesidad del ser humano de ubicarse en el espacio y orientar a los demás. Es por esto que hablar del origen de esta disciplina es remontarse a los inicios de la humanidad.

“La Señalética es una disciplina de la comunicación ambiental y de la información que tiene por objeto orientar las decisiones y las acciones de los individuos en lugares donde se prestan servicios” (Costa, 2003, p.101).

La señalización y el entrono

A la hora de realizar señalización hay que tomar en cuenta que a pesar de la gran variedad de espacios físicos en los que será aplicada, se deben respetar parámetros que otorguen unidad a la señalética. Entender que la irregularidad de los paisajes no es una razón valedera para crear elementos señaléticos individuales según el entorno.

La señalización vial o urbana incorpora elementos que, por ser estandarizados, crean un efecto uniforme, indiferenciado y despersonalizado desde el punto de vista de la identidad y la imagen propia de cada ciudad y de cada paisaje (Costa, 1989).

La marca en la señalética

“El marcaje sobrepasa los espacios físicos que son frecuentados por los públicos y se extiende coherentemente a todos los demás soportes y medios de comunicación de la entidad en cuestión, como son la señalética externa, los impresos de escritorio y administrativos, los vehículos de transporte, los uniformes e indumentaria profesional, la publicidad, los regalos de la empresa.” (Costa, 1989, p.114)

Para el correcto funcionamiento de un plan señalético, éste debe estar regido por un proyecto más importante que le otorgue características globales. La señalética se adapta aquí doblemente a la imagen que se desea proyectar al

exterior, el plan señalético debe adaptarse a las pautas que impone el programa de identidad corporativa.

Categorías de las señales

Las señales pueden clasificarse en función de las distintas características de uso y de la problemática que busca solucionar. Se pueden agrupar en las siguientes categorías.

- **Señales informativas.**

“Ofrecen una información, puntual o general, en relación con identificación o denominación del mensaje que se pretende indicar” (Navarro, 2007, p.71).



- **Señales de orientación**

Las señales de orientación proporcionan datos acerca de la ubicación de una persona en un lugar específico. Estas señales se encargan de proporcionar información precisa para realizar un correcto recorrido por parte del individuo.



- **Señales normativas**

Las señales normativas se encargan de regular conductas de las personas, basadas en normas legales. Es decir que estas señales se rigen a parámetros ya establecidos en las leyes.

En esta categoría las señales se pueden clasificar en:

Señales de prohibición, que orientan sobre una determinada prohibición o limitación.



Señales de advertencia o atención, que expresan mensajes de alerta ante posibles peligros o hipotéticos conflictos.



Señales de obligación, que ejercen una función de autoridad para seguir una norma.



Señales de prevención, que informan y proporcionan mensajes de alerta.

Señales de seguridad, que expresan recomendaciones de actuación para evitar accidentes o conflictos.

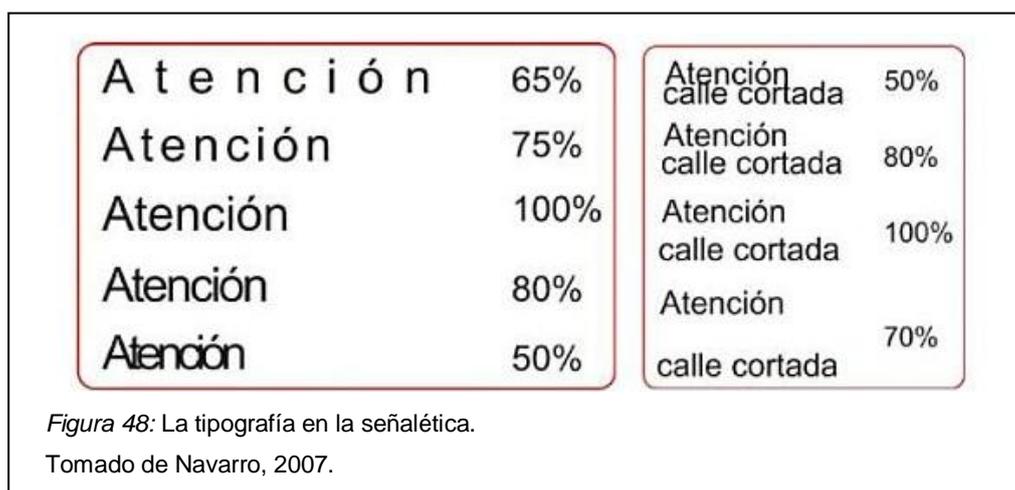
Señales viales, que informan de todas las cuestiones que limiten, guíen o favorezcan el desplazamiento en zonas de tránsito humano y de vehículos.

La tipografía en la señalética

“Las caracteres tipográficos se deben seleccionar en relación a las características formales y espaciales del entorno, las condiciones de iluminación del lugar, las distancias de visión respecto al individuo, la imagen de marca y, en ciertos casos, el programa de identidad corporativa” (Navarro, 2007, p.75). Esta selección será sometida a los criterios de significación impuestas a los diferentes elementos tipográficos y de legibilidad. Del mismo modo se debe definir el contraste, el cuerpo de la letra y el peso visual de la misma.

La legibilidad tipográfica es uno de los aspectos más importantes dentro de la señalética, es por esto que a la hora de elegir una tipografía se deben evitar aquellas que tengan formas excesivamente orgánicas y debido a esta razón dificulten la lectura por parte del usuario.

La selección final de las tipografías responderán al equilibrio de relación entre el grosor de los trazos, el diseño preciso y la proporción, y la forma de la tipografía, abierta o compacta.



Dentro del uso de la tipografía en la señalética se deben tomar en cuenta varias normas que nos permiten una fácil lectura. Evitar el uso de abreviaturas innecesarias, así también como cortes de palabras por falta de espacio. Usar minúsculas en mayor medida debido a que las palabras escritas con letra minúscula son percibidas con mayor rapidez.

Pictogramas

“El lenguaje pictográfico se basa en la abstracción y estilización de imágenes reales. Se trata de un proceso mental que pretende ignorar los rasgos individuales para desarrollar los rasgos genéricos y universales” (Navarro, 2007, p.76). La síntesis de la forma permitirá reconocer rápidamente lo que se exhibe en la imagen que muestra lo esencial de lo representado.

Se considera que los elementos pictóricos dentro de la señalética son los adecuados cuando cumplen ciertos parámetros, como significado al usuario, reconocimiento a su forma y legibilidad.

Cromática en la señalética

En cuanto a la elección de los colores en la señalética se procura reducir su cantidad al mínimo o bien se construye un código más desarrollado. En este sentido codificar mediante colores permite identificar distintos recorridos, zonas y lugares, servicios, situación en plantas de edificios, etc. La cromática es un factor que integra a la señalética y al entorno, por lo cual es conveniente realizar pruebas de contraste y expresión visual, considerando siempre los aspectos socioculturales en donde se inscriban o la psicología de los colores, tanto en su función informativa como en relación a la imagen corporativa que representa (Navarro, 2007).

COLOR DE SEGURIDAD	COLOR DE CONTRASTE
Rojo	Blanco
Amarillo o amarillo anaranjado	Negro
Azul	Blanco
Verde	Blanco

Figura 49: Colores de seguridad.
Tomado de Navarro, 2007.

Conclusiones del capítulo

Mediante la información recolectada en el quinto capítulo se logró determinar los distintos elementos de diseño gráfico a utilizar en el proyecto. Aquí se obtuvo información que permitió el desarrollo de la imagen global de la ciudad, mediante la creación de una marca, artículos promocionales, etc.

Dentro de este capítulo también se incluyó la señalética y todos los temas relacionados con la misma. Se definieron todos los aspectos cromáticos, tipográficos, de proporción, que un sistema señalético debe poseer.

6 Capítulo VI. Navegando en el turismo

6.1 Diseño multimedia

6.1.1 Multimedia interactiva *off line* y *on line*

Se entiende a una aplicación como *off line* si no requiere la red internet para funcionar. Todos los archivos están almacenados en el disco duro de nuestro ordenador, en cualquier periférico o en un soporte basado en el disco compacto (Fernández, 1998).

“Se trata de una aplicación *on line* cuando, por el contrario, necesitamos utilizar la red internet para acceder a ella. Es el caso de los documentos que se pueden encontrar en la *World Wide Web*” (Fernández, 1998, p.34).

6.1.2 Diseño Web

El diseño web es una actividad que abarca varias disciplinas y es muy reciente, tanto como lo es Internet. “Se alimenta de fuentes como el diseño gráfico y las artes visuales, la programación de aplicaciones informáticas, el diseño de interfaces, la redacción de contenidos, la animación tradicional, la publicidad, el marketing y otras muchas” (Mariño, 2005, p.2).

6.1.3 Internet

“Internet es el nombre genérico que recibe la unión de todas las redes de comunicación a nivel mundial. Se podría definir como una red global en la que se conjuntan todas las redes que utilizan protocolos TCP/IP y que son compatibles entre sí” (Fernández, 1998, p.35).

La red internet se compone de una cantidad ilimitada de ordenadores interconectados entre sí. Estas conexiones eran posibles mediante métodos llamados protocolos. Aunque estos siguen siendo útiles hoy en día se utiliza más otro método que, con los mismos niveles de utilidad que los demás, puede gestionar contenidos de carácter multimedia. Sus siglas son http (protocolo de transferencia por hipertexto). La utilización de este protocolo ha dado pie a la aparición de la World Wide Web (Fernández, 1998).

Navegabilidad

El diseño de páginas *web* tiene como objetivo fundamental facilitar la experiencia del usuario dentro del sitio.

Las cualidades interactivas en un *website* que determinan su navegabilidad son: estructura, ubicación desplazamiento, contexto y relevancia (Jiménez, 2007).

Contrario a lo que muchas personas piensan la parte estética pasa a un segundo plano; los elementos gráficos deben estar creados y ubicados en relación con la información de la web y no lo contrario.

Dentro de la estructura de una página web se deben mostrar con claridad los diferentes niveles de contenidos de acuerdo a su importancia. La estructura de la web debe mostrar la información de manera clara y amigable, permitiendo a los usuarios encontrar lo que requieren de una manera más ágil (Jiménez, 2007).

“La página *web* debe tener una consistente estructura informativa que le indique en todo momento a los usuarios en qué lugar del *website* ellos están” (Jiménez, 2007, p. 130). En caso de no entregar al usuario una clara navegabilidad se debe replantear la estructura.

Conclusiones del capítulo

En este capítulo se estudiaron todos los aspectos relacionados con la realización de la guía interactiva. Es aquí donde se analizó todo lo relacionado con la interacción del usuario con la guía interactiva, mediante la correcta ubicación de los elementos de navegación.

7 Capítulo VII. Identificando el turismo de Esmeraldas

7.1 Trabajo de campo

7.1.1 Objetivos de la investigación

Objetivo General

Aplicar el diseño integral a una propuesta de creación de material visual y señalético al proyecto de la Municipalidad de Esmeraldas para potenciar los principales lugares turísticos del cantón.

Objetivos Específicos

- Establecer los posibles lugares, zonas y actividades a utilizar para crear el material visual y la señalética para el proyecto del Municipio de Esmeraldas.
- Identificar las distintas estrategias de diseño gráfico aplicables al material visual del proyecto.
- Realizar estudios de las posibles variantes del diseño industrial para aplicar al material señalético.
- Evaluar la situación actual de la señalética y el material visual existente, para identificar las necesidades de los posibles usuarios
- Formular la propuesta de diseño de una guía interactiva y la señalética que sirva de apoyo al turista que visite el cantón Esmeraldas.

7.2 Metodología

7.2.1 Técnicas de investigación

Observación

Se utilizó la observación para identificar los lugares turísticos del cantón Esmeraldas, y de esta manera determinar los sitios, actividades y diferentes aspectos a tomar en cuenta para la realización del proyecto. Otro aspecto a tomar en cuenta en la observación es la señalética existente y los posibles problemas que ésta pueda tener a la hora de guiar a los turistas en los distintos sitios del cantón.

Documentación

En la segunda etapa se documentaron todos los datos e información existente que fue útil para el desarrollo del marco teórico, tales como antecedentes históricos, datos técnicos, de ubicación geográfica, entre otros. Todos estos datos fueron obtenidos de fuentes verídicas y sustentados por datos bibliográficos y documentación proporcionada por diversas instituciones.

Diálogo

En la tercera etapa se realizó el diálogo que proporcionó datos útiles que complementaron a la documentación realizada. Se dialogó con las distintas instituciones como Municipio y Ministerio de turismo, así como con la población a investigar para que proporcionen datos acerca de las distintas razones por las cuales optan por otros destinos turísticos y no por concurrir al cantón de Esmeraldas.

7.3 Enfoque

Se utilizó un enfoque mixto debido a que se necesita de técnicas cualitativas y cuantitativas para obtener los datos necesarios para desarrollar el proyecto.

En la parte cualitativa se realizaron entrevistas a distintos especialistas en temas turísticos y en las distintas áreas del diseño. Fue así como se logró llegar a determinadas conclusiones acerca de las distintas variantes a utilizar en el diseño y en los aspectos turísticos del cantón que se destacaron en el desarrollo del proyecto.

En la parte cuantitativa de la investigación se realizaron encuestas a una población específica que proporcionó datos que sirvieron para comprobar la factibilidad del proyecto. Aquí se realizaron preguntas concretas que permitieron conocer las distintas razones por las que Esmeraldas no posee una afluencia turística coherente a la cantidad de atractivos que posee el cantón.

7.4 Población de investigación

La investigación de campo se llevo a cabo en la provincia de Pichincha, ya que los habitantes de esta población son los posibles visitantes de los lugares turísticos del cantón Esmeraldas, debido a que son los que habitualmente concurren a los sitios aledaños, según cifras del Mintur. La población total de la provincia de Pichincha es de 2.796.838, del cual se tomará un rango de edades de 25 a 34 años que son un total de 480,853 personas. Se escogió este rango de edad porque según las cifras del PEA (población económicamente activa) de los censos de población y vivienda realizados en el país, muestra a este grupo con uno de los promedios más altos.

Estos datos fueron obtenidos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC.

7.4.1 Cálculo de la muestra

La fórmula que se aplicó a esta muestra es la de población homogénea y fueron realizados con un margen de error del 5%.

$$n = \frac{N}{e^2 (N-1) + 1}$$

$$n = \frac{480,853}{(0,0025) (480,852) + 1}$$

$$n = \frac{480,853}{1203,13}$$

$$n = 399,66$$

$$n = 400 \text{ encuestas}$$

7.5 Instrumentos de investigación

7.5.1 Entrevistas

Se entrevistaron a tres personas conocedoras de los distintos aspectos destacables de la situación turística de Esmeraldas. La primera persona a la que se entrevistó fue Ramón Masías; un historiador, escritor y funcionario del ministerio de educación de Esmeraldas.

Las otras dos entrevistas se realizaron a dos funcionarios públicos especialistas en turismo. La primera se realizó al Lic. Jorge Estupiñán, jefe de turismo del Municipio de Esmeraldas. La segunda a Yuli Martínez, encargada del área de proyectos del Ministerio de Turismo de Esmeraldas.

Los temas generales que se trataron en las entrevistas fueron:

- 1.- Las razones por las que Esmeraldas no posee un alto rango de turismo en comparación a sus competidores más cercanos.
- 2.- Los lugares turísticos con mayor potencial del cantón.
- 3.- Las ventajas que posee Esmeraldas en comparación a los destinos con similares características.
- 4.- La factibilidad de un proyecto de la magnitud y características de la propuesta planteada.

Conclusiones de las entrevistas

Mediante las entrevistas se obtuvo información concreta acerca del cantón Esmeraldas que se utilizó para el desarrollo de la marca. Fue mediante las entrevistas que se decidió utilizar a la cultura esmeraldeña, representada por la marimba, como principal elemento conceptual dentro de la identidad visual.

Los tres entrevistados coincidieron en que era la marimba esmeraldeña el principal atractivo que posee Esmeraldas y que es esta la ventaja que posee

ante sus competidores. La respuesta del Sr. Jorge Estupiñán no solo ponía a la marimba como elemento representativo, sino como único elemento destacable del cantón, debido a que a su consideración otros atractivos como las playas no poseen el nivel de los principales balnearios del país.

La respuesta del Sr. Jorge Estupiñán se contraponen a la de los otros dos entrevistados que consideran que los atractivos que posee Esmeraldas tienen el potencial adecuado para competir con cualquier otro destino del país

Una de las sugerencias del Sr. Ramón Masías fue la inclusión de los personajes históricos del cantón y la provincia que se encuentran olvidados. Este olvido llega al punto de desconocer el nombre del parque principal de Esmeraldas “Robert Luis Cervantes” y tan solo llamarlo parque infantil, esto por nombrar uno de los ejemplos.

Al hablar de las razones por las que el cantón Esmeraldas posee poco turismo las respuestas fueron muy parecidas. La falta de publicidad, cosa de la que están consientes las dos instituciones encargadas del turismo en Esmeraldas Municipio y Ministerio de Turismo. Fue con el Sr. Ramón Masías con quien se obtuvieron respuestas más profundas e imparciales debido a que no pertenece a ninguna de las instituciones antes mencionadas. La poca inversión por parte de las instituciones públicas y privadas, el descuido de los balnearios por parte de moradores y municipio son varias de los motivos del escaso turismo mencionados por el Sr. Masías.

Los tres entrevistados estuvieron de acuerdo con el desarrollo de un proyecto que busque fomentar el turismo en Esmeraldas ya que el cantón posee características idóneas para convertirse en uno de los lugares más visitados del país.

7.5.2 Encuestas

Las encuestas se realizaron en la provincia de Pichincha a 400 personas como se indica Previamente en la población de investigación y cálculo de la muestra.

1.- ¿Ha visitado la provincia de Esmeraldas en sus vacaciones?

SI () NO ()

2.- ¿Por qué elige a Esmeraldas ante otros destinos del país?

a) Por la cercanía del lugar ()

b) Porque es económico ()

c) Porque me gusta el lugar ()

3.- ¿Cuál de estas playas es la que ha visitado con mayor frecuencia?

a) Atacames ()

b) Las Palmas ()

c) Tonsupa ()

d) Same ()

4.- ¿Sabía usted que dentro del cantón Esmeraldas puede encontrar 5 playas distintas?

SI () NO ()

5.- ¿Estaría dispuesto a ingresar al cantón Esmeraldas para conocer estos nuevos lugares?

SI () NO ()

6.- ¿Conoce acerca de la marimba esmeraldeña?

SI () NO ()

7.- ¿Cree usted que la marimba es lo más representativo de Esmeraldas?

SI () NO ()

8.- ¿Sabía usted que en el cantón Esmeraldas se realiza el festival de música y danza afro donde se reúnen los mejores exponentes de todo el mundo?

SI () NO ()

9.- ¿Le gustaría tener a su disposición una guía turística interactiva que le permita conocer los diferentes atractivos turísticos de una ciudad?

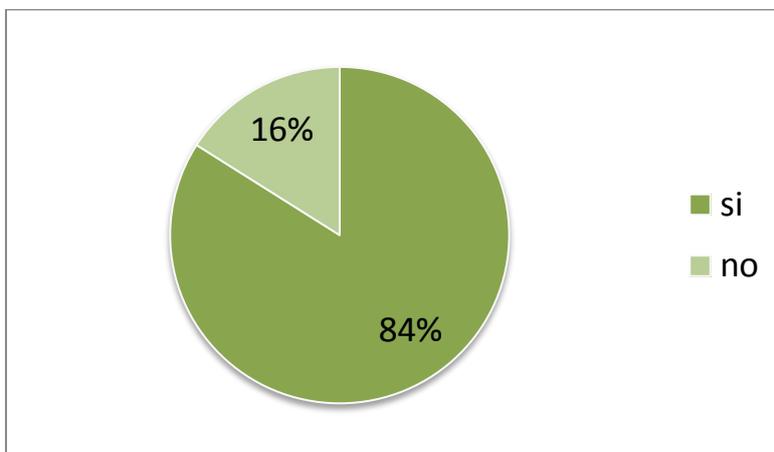
SI () NO ()

10.- ¿Qué elemento considera el más importante para destacar dentro de la guía turística interactiva?

- a) Cultura ()
- b) Balnearios ()
- c) Festividades ()
- d) Gastronomía ()

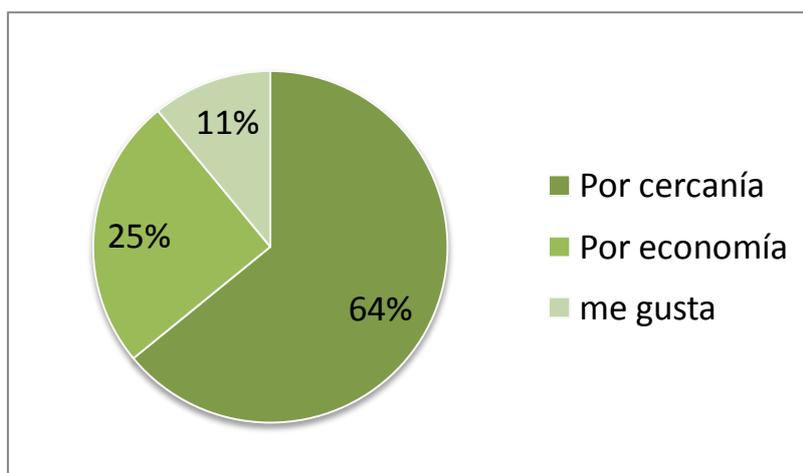
7.5.3 Tabulaciones de datos de las entrevistas

1.- ¿Ha visitado la provincia de Esmeraldas en sus vacaciones?



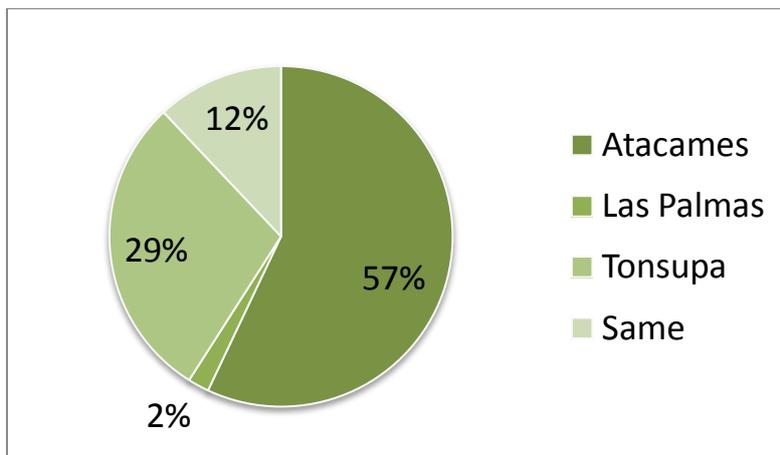
El 84 % de los encuestados ha visitado la provincia de Esmeraldas (336 personas), mientras que el 16 % restante no la visitó (64 personas).

2.- ¿Por qué elige a Esmeraldas ante otros destinos del país?



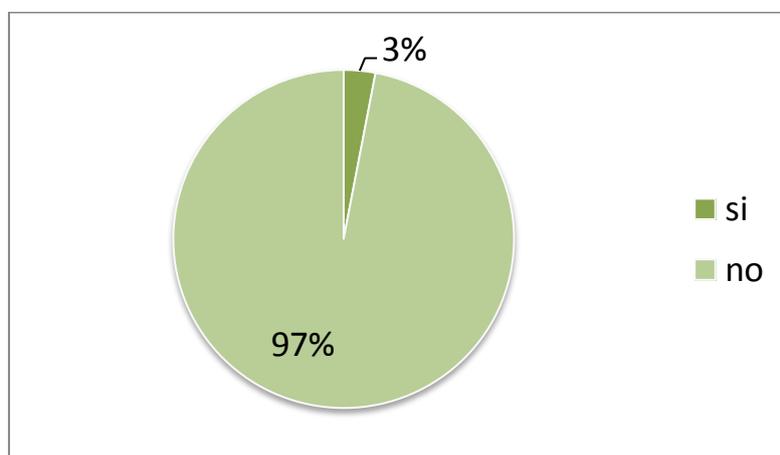
En el gráfico se muestra claramente que la principal razón porque las personas encuestadas visitan la provincia de Esmeraldas es por la cercanía que tiene a la Provincia de Pichincha mostrando un porcentaje del 64 % (256 personas). Con un 25 % (100 personas) lo económico que resulta dirigirse a Esmeraldas se encuentra en segundo plano y al final con un 11 % (44 personas) por agrado al lugar.

3.- ¿Cuál de estas playas es la que ha visitado con mayor frecuencia?



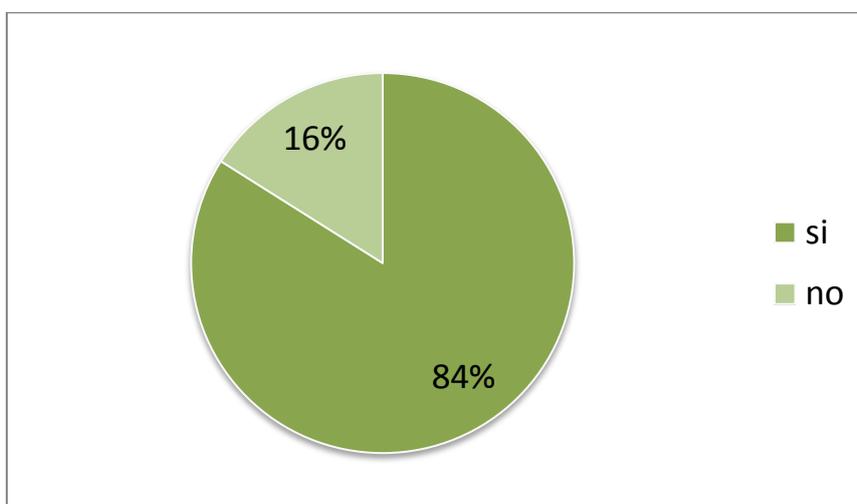
Mediante las encuestas realizadas pudimos comprobar que la playa de Atacames es la más visitada de la provincia de Esmeraldas con un 57 % (228 personas) seguida de Tonsupa y Same con un 29 % (116 personas) y 12 % (48 personas) respectivamente, mientras que la playa de las palmas es la menos visitada con apenas un 2 % (8 personas) de los encuestados.

4.- ¿Sabía usted que dentro del cantón Esmeraldas puede encontrar 5 playas distintas?



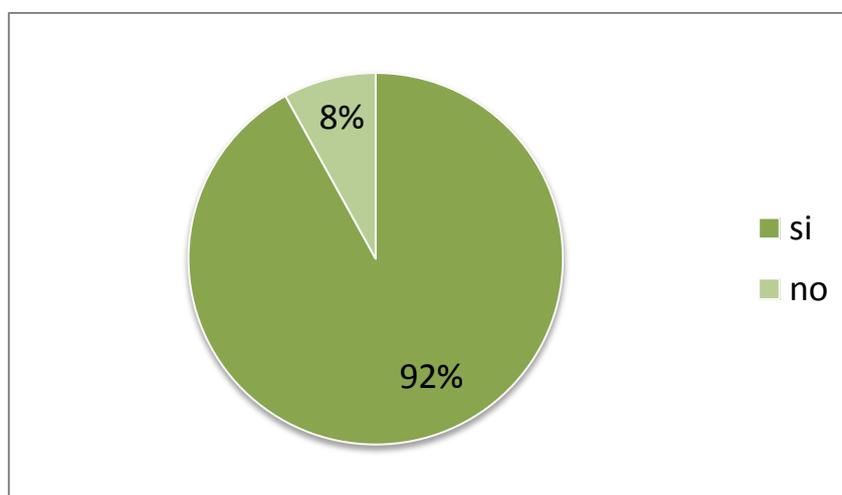
Claramente podemos notar que el desconocimiento de las playas que posee el cantón Esmeraldas es casi absoluta con un 97 % (388 personas) de respuestas negativas y tan solo un 3 % (12 personas) positivo.

5.- ¿Estaría dispuesto a ingresar al cantón Esmeraldas para conocer nuevos lugares?

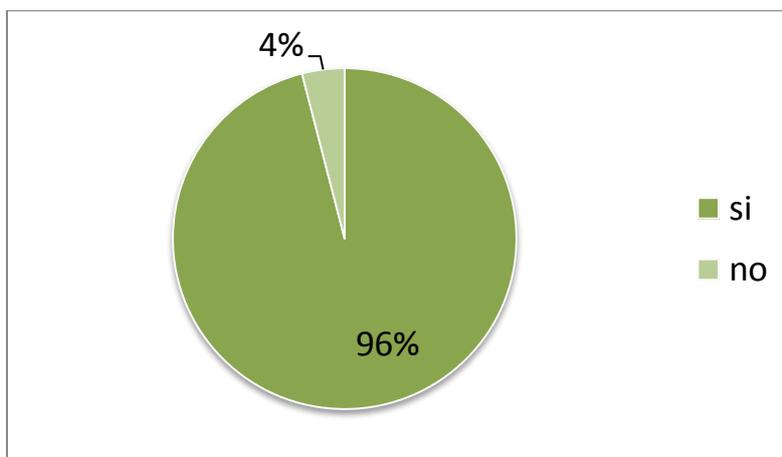


El 84 % (336 personas) de los encuestados estaría dispuesto a conocer los nuevos lugares que puede ofrecerle el cantón Esmeralda, mientras que el 16 % (64 personas) restante respondió que no.

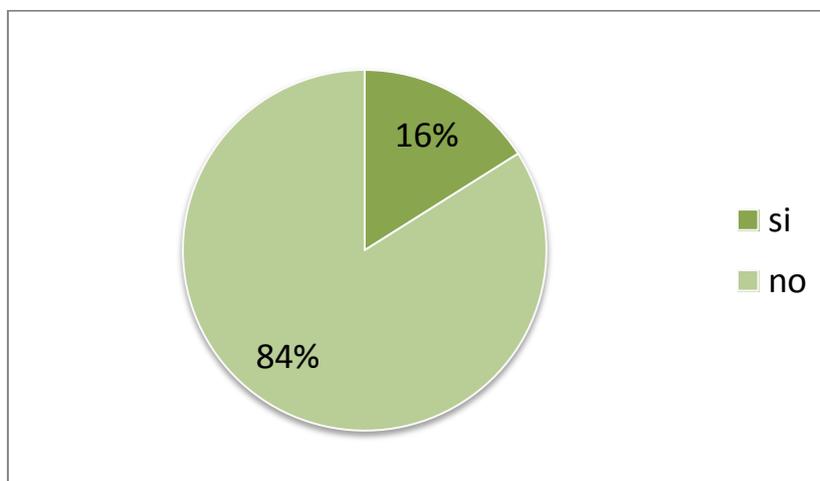
6.- ¿Conoce acerca de la marimba esmeraldeña?



La gran mayoría de las personas, el 92 % (368 personas) de los encuestados, respondió conocer acerca de la marimba esmeraldeña y el 8 % (32 personas) restante dijo no conocer.

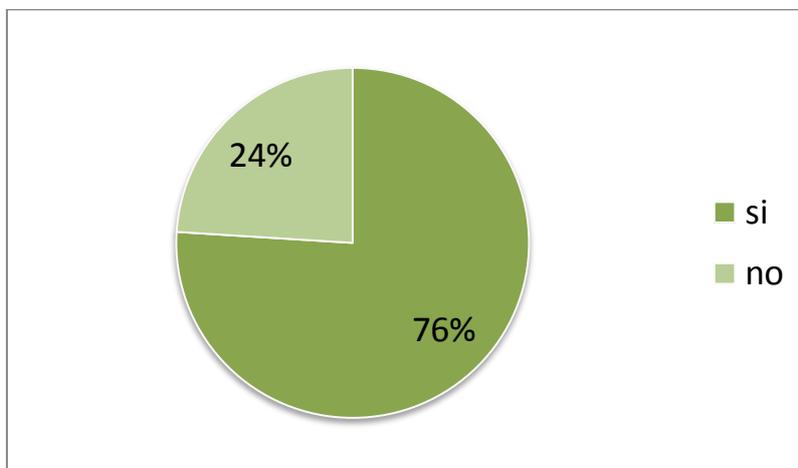
7.- ¿Cree usted que la marimba es lo más representativo de Esmeraldas?

La gran mayoría de las personas piensa que la marimba representa a Esmeraldas, esto lo notamos con el 96 % (384 personas) de respuestas positivas y tan solo el 4 % (16 personas) de negativas.

8.- ¿Sabía usted que en el cantón Esmeraldas se realiza el festival de música y danza afro donde se reúnen los mejores exponentes de todo el mundo?

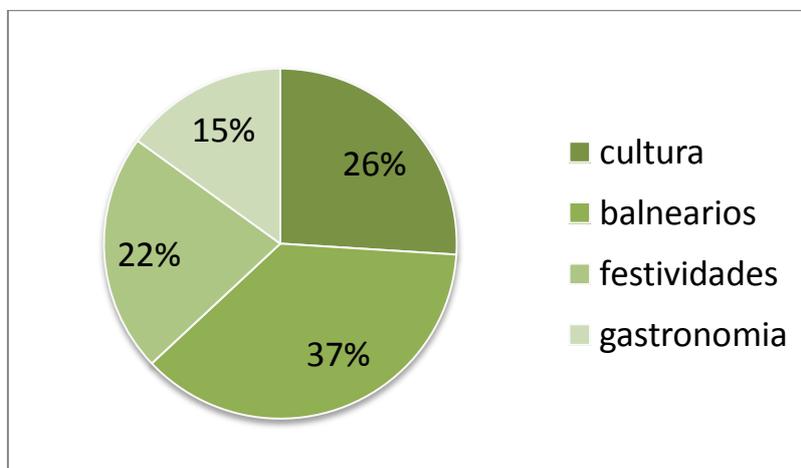
El 84 % (336 personas) de los encuestados dijo desconocer acerca del festival de música y danza afro y el 16 % (64 personas) restante respondió que si conocía.

9.- ¿Le gustaría tener a su disposición una guía turística interactiva que le permita conocer los diferentes atractivos turísticos de una ciudad?



El 76 % (304 personas) de los encuestados respondió que si le gustaría poseer un mecanismo para conocer los atractivos turísticos de una ciudad, mientras que el 24 % (96 personas) restante dijo que no.

10.- ¿Qué elemento considera el más importante para destacar dentro de la guía turística interactiva?



El 37 % (148 personas) de los encuestados dijo que lo más importante para destacar en la guía interactiva son los balnearios, luego la cultura con un 26 % (104 personas), con un 22 % (88 personas) las festividades y al final la gastronomía con un 15 % (60 personas).

7.5.4 Focus Group

Dentro del proceso de diseño se realizaron tres *focus group* para la elección de los diferentes elementos gráficos e industriales utilizados en el proyecto.

Los dos primeros se realizaron con el propósito de elegir una marca que represente de manera adecuada al cantón Esmeraldas. El objetivo es que las personas de Pichincha, como posible target, reconozca a Esmeraldas al observar la marca y los esmeraldeños se sintieran identificados por la misma.

Tanto el *focus group* realizado con los habitantes de Pichincha y el realizado con los esmeraldeños fue con un total de 20 personas cada uno.

El tercer *focus group* tenía como objetivo definir los elementos de diseño industrial. Fue realizado en Esmeraldas con un total de 20 personas.

7.6 Conclusiones

De acuerdo al resultado de las encuestas realizadas a la población se establecieron las principales razones por las que el posible target prefiere visitar otros lugares y no el cantón Esmeraldas. Es aquí donde analizamos todos y a cada uno de los aspectos que puedan ser un problema para los turistas a la hora de visitar Esmeraldas. Una vez conocidos estos aspectos se desarrollan las distintas propuestas de diseño para satisfacer sus necesidades.

Mediante las entrevistas pudimos concluir que Esmeraldas es un destino digno de ser visitado por los más exigentes turistas debido a la gran cantidad de atractivos turísticos que posee. La principal ventaja que tiene Esmeraldas sobre los demás destinos es su cultura, ser de los pocos sitios que conserva la cultura y sus costumbres vivas, son un valor agregado a la hora de competir.

A través de las entrevistas se obtuvo información acerca de los problemas que posee Esmeraldas, entre los cuales se encuentra la falta de mobiliario urbano y señalética. Es por esto que dentro del proyecto se plantea la creación de elementos de diseño industrial que se complementen con la parte gráfica.

Otra de las conclusiones es la necesidad de una imagen global que permita promocionar los distintos lugares y atractivos que posee Esmeraldas. La creación de elementos gráficos que permitan identificar al cantón es un aporte fundamental para el desarrollo del turismo.

Con la investigación bibliográfica logramos documentar todos aquellos datos importantes de Esmeraldas que nos permitieron capturar la imagen del cantón y reproducirla en el desarrollo de la propuesta. Dentro de investigación se recolectaron todos los datos teóricos y conceptuales acerca del diseño gráfico, industrial y web, los mismos que son el punto de partida para el desarrollo de los elementos de diseño integral.

7.7 Recomendaciones

El desarrollo de un proyecto de este tipo en una ciudad con tantos atributos, como Esmeraldas, necesita de ciertas implementaciones que potencien de manera adecuada los atractivos que posee. Es por esto que se recomienda la creación de varios elementos de diseño gráfico e industrial que fortalezcan la imagen turística del cantón y de esta manera provocar una mayor afluencia de turismo.

La implementación de una imagen corporativa que logre representar de manera adecuada los atributos característicos de Esmeraldas y su gente, es parte fundamental en la creación de un proyecto que busca potenciar un destino de este tipo. Todos los demás elementos planteados para el desarrollo del proyecto deben poseer características similares a los de la imagen global con el objetivo de reflejar unidad entre las partes del proyecto.

Con la ayuda de los medios web se busca promocionar los distintos lugares y atractivos más destacables del cantón, mediante la creación de una guía turística interactiva que permita a los posibles visitantes conocer los datos más relevantes de Esmeraldas y de esta manera ampliar las posibilidades turísticas del cantón.

El desarrollo de señalética enfocada al turismo es otro aspecto importante a tomar en cuenta debido a que es un destino relativamente nuevo y debe brindar las mayores facilidades a los visitantes. Esto es un complemento para guía interactiva, ya que además de poseer información en la web de los sitios que puede visitar, encontrará señalética que facilite el recorrido en la ciudad.

La creación de mobiliario urbano que brinde la comodidad que el usuario requiere, pero con características que permitan mantener la unidad global del proyecto. El desarrollo de elementos como bancos, luminarias, basureros, entre otros, deben poseer características idóneas para una mayor resistencia a las condiciones climáticas de la ciudad.

8 Capítulo VIII. Diseñando el turismo de Esmeraldas

Después de toda la investigación realizada entramos a la etapa de desarrollo de las diferentes alternativas de diseño. En este capítulo se describen todas las propuestas y el correcto uso de los elementos utilizados.

El objetivo de desarrollar todos estos elementos es el de potenciar los lugares turísticos de Esmeraldas con el uso correcto de una imagen global y diferentes propuestas que faciliten conocer más acerca de lo que puede ofrecer este cantón.

8.1 Propuesta

Para desarrollar la marca ciudad “Esmeraldas” se realizó un estudio previo, en el cual se analizaron todos y cada uno de los aspectos representativos que hacen de esta ciudad una de las más especiales del país.

Mediante la utilización del trabajo de campo, el diálogo e investigación bibliográfica se determinaron los distintos elementos gráficos y conceptos que se manejaron a la hora de desarrollar la marca.

Los conceptos básicos que se tomaron para la realización de la marca fueron:

- La cultura esmeraldeña representada principalmente por la gente negra, la clásica marimba, su gastronomía, entre otros muchos aspectos reconocidos.
- Sus playas y ríos, con un clima cálido y sol casi permanente, además de las muchas especies que se pueden encontrar.

8.1.1 Alternativas

Las propuestas que se plantearon estuvieron sometidas a una serie de cambios para que su entendimiento sea más claro y su estética sea agradable para el usuario.

Se utilizaron conceptos variados en el desarrollo de la marca para que las alternativas complazcan plenamente a los futuros usuarios. El elemento más utilizado en las propuestas fue la cultura esmeraldeña, representada principalmente por la marimba.

Mediante las entrevistas realizadas se determinaron los principales atractivos turísticos que posee el cantón Esmeraldas. Los expertos en turismo que fueron entrevistados coincidieron en que la marimba es el elemento más representativo del cantón, debido a que históricamente ha sido parte de la gran mayoría de los actos festivos y culturales de Esmeraldas.

Propuesta uno

Para el desarrollo de esta propuesta se utilizó una serie de iconos que englobaran los aspectos más representativos de la ciudad de Esmeraldas.

Los elementos con los que se trabajó fueron: la marimba, los balnearios y la gastronomía.

En esta propuesta se buscó tener una comprensión rápida que todo lo que ofrece Esmeraldas a sus visitantes.



Figura 50: propuesta marca Esmeraldas # 1

- **Cromática**

En la cromática se utiliza el color verde, color representativo de la ciudad, representando la abundancia en naturaleza que posee Esmeraldas. Variaciones de color café se utilizan para el isotipo y la marca denominativa, representando la arena de las playas así también como a la tierra fértil que posee.

- **Tipografía**

La tipografía que se utilizó es GOUDY OLD STYLE REGULAR. Con esta tipografía se buscó crear un contraste entre las formas orgánicas del isotipo y la sobriedad de la fuente. En la marca denominativa se utilizó MYRIAD PRO REGULAR, una tipografía Sanserif que contraste con la tipografía principal.

Propuesta dos

En esta propuesta se utilizó la marimba, la expresión cultural más importante y representativa de Esmeraldas como elemento fundamental de la marca. Con las formas orgánicas que se utilizaron en el isotipo y en la tipografía se busca representar el mar y formas que se encuentran en la naturaleza esmeraldeña.

Dentro de la marca se puede apreciar el fondo y figura, destacándose la figura con mucha claridad. En el isotipo se aplicó la ley de cierre con el objetivo de provocar en el espectador una interacción permanente al tener que completar la imagen de la bailarina.



Figura 51: propuesta marca Esmeraldas # 2

- **Cromática**

Con la cromática de la marca se busca captar rápidamente a los usuarios mediante la utilización de colores a los que ellos ya están habituados y son considerados representativos de la ciudad.

La utilización del color verde dentro de la marca se debe a la representatividad que este posee en relación a la ciudad y la facilidad con la que es reconocida por las personas del resto del país. Esmeraldas es conocida como la tierra verde, esto se debe principalmente a su abundante vegetación. El uso del color verde en el cantón lo podemos encontrar en los símbolos de la ciudad como la bandera y el escudo.

En el área tipográfica se utilizaron variaciones del color café. Con estos colores se busca representar la tierra y su abundancia, así también como el color de la arena que podemos encontrar en las distintas playas del cantón.

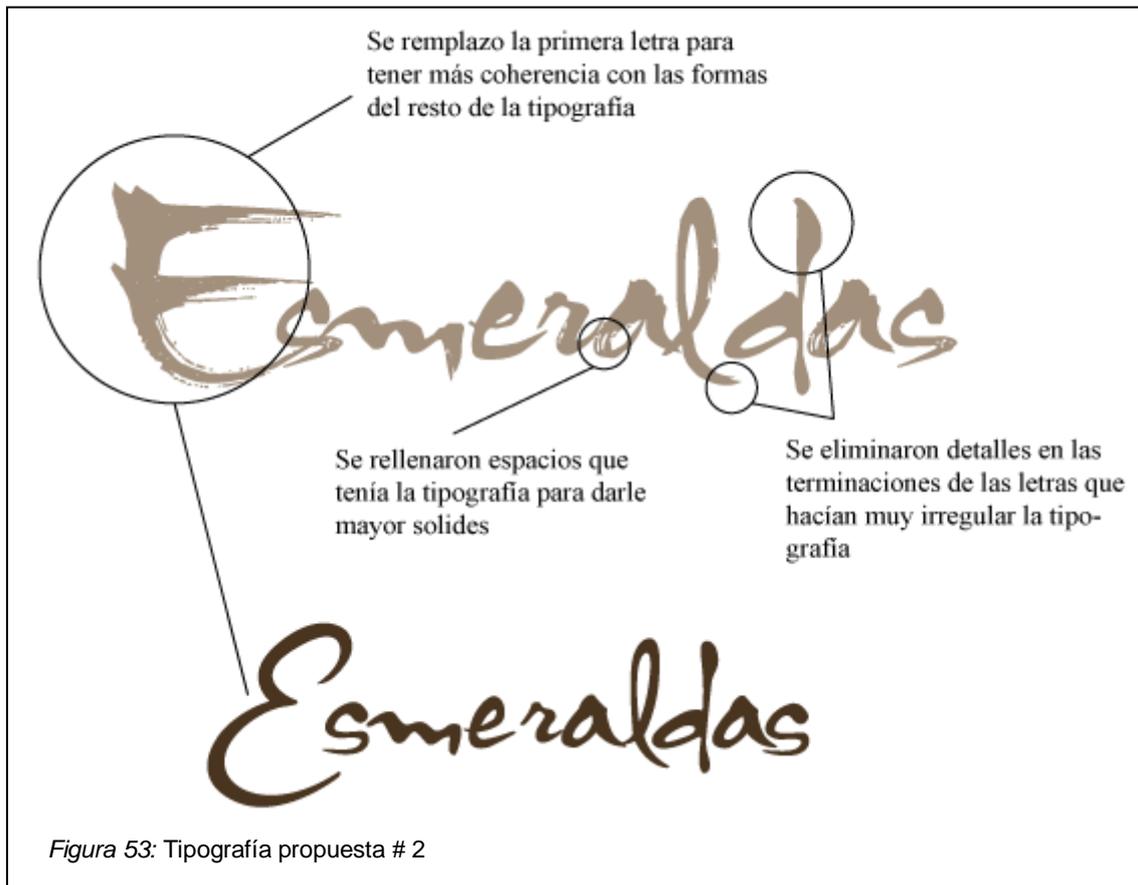
Otra de las razones por las que se utilizan estos colores es para mantener unidad cromática con la marca municipal, ya que este proyecto se aplica al municipio de Esmeraldas.



- **Tipografía**

En la parte tipográfica de la marca se utilizó una fuente que mantuviera coherencia y similitud en formas con la planteada en el isotipo. Con la utilización de esta tipografía se espera crear una pregnancia rápida en el usuario y que la utilización del isotipo no sea obligatoria para el reconocimiento de la marca.

La fuente usada es HL Thuphap 1BK Upgrade Regular. Esta fuente se modificó en varios detalles debido a que los rasgos originales de la marca eran muy irregulares, además del remplazo de una de las letras para lograr una mayor armonía.



- **Tipografía marca denominativa**

La tipografía usada para la marca denominativa fue pensada para crear un contraste con la fuente principal y ambas tipografías se destaquen.

La fuente utilizada es Helvética LT Std Roman. A esta fuente no se le realizó ninguna modificación ya que su legibilidad y sus rasgos están acorde con lo que se busca en la marca ciudad Esmeraldas.

Un paraíso escondido

Figura 54: Marca denominativa

Propuesta 3

En esta propuesta se busca captar la atención de los amantes de las playas. Utilizar la playa como elemento principal y el sol permanente que es representativo de las playas esmeraldeñas.



Cromática

En la cromática de esta propuesta se utiliza el amarillo y variaciones de azul para simular un degradado que se forma desde el sol hasta el fin de las olas del mar.

El color verde representando la abundancia en naturaleza que posee y un color neutro en la marca denominativa para crear contraste con los demás colores que se encuentran en la marca.

Tipografía

La tipografía que se utilizó es JUERGEN ITALIC y trata de semejar la forma de las playas al igual que en el isotipo.

En la marca denominativa se utilizó MYRIAD PRO ITALIC para continuar con la forma anteriormente mencionada.

8.2 Propuesta final

Mediante la realización de dos *focus group* con un número de 20 personas cada uno, en el cual se expusieron las tres propuestas de marca, se llegó a la conclusión de que la segunda opción era la más apropiada debido a que expresa con mayor claridad los conceptos planteados anteriormente.

El primero de ellos se realizó con habitantes de la ciudad de Esmeraldas, debido a que son las personas a las que se busca representar. El segundo se realizó en la ciudad de Quito debido a que es el target principal al que se enfoca el proyecto.



8.2.1 Marca denominativa (Slogan)

Las razones por las que se utilizó la frase “un paraíso escondido” son:

-La cantidad de atractivos que posee Esmeraldas que son desconocidos por las personas de otras regiones a pesar de ser paso obligatorio para los visitantes de cantones aledaños. El desconocer que posee una playa dentro de la ciudad es uno de los mejores ejemplos al hablar de todo lo que posee Esmeraldas y aún no son descubiertos por los turistas que ingresan a la provincia.

-Otras de las razones por las que se utilizó esta frase es para tomar como referencia la piedra preciosa esmeralda y que descubran el paraíso escondido, el tesoro que posee la ciudad.

8.2.2 Cromática

Aquí se exponen los colores de la marca, los cuales no deberán ser respetados en su totalidad.

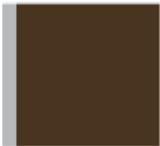
			
PANTONE	462 EC	Hexachrome Green C	7505 C
RGB	26, 23, 27	0, 150, 52	142, 110, 56
CMYK	28, 48, 71, 78	93, 0, 100, 0	0, 30, 70, 55

Figura 57: Cromática marca

Alternativa Cromática

Se presentó una segunda propuesta cromática con el fin de ser usada simultáneamente en las diferentes aplicaciones planteadas.

Mediante el *focus group* realizado se descartó la propuesta debido a que los participantes asociaron los colores de la marca con la ciudad de Guayaquil y no con Esmeraldas.



8.2.3 Área de Respeto

Para definir el área de respeto en el uso de la marca, tomamos la segunda letra “e” de la palabra Esmeraldas como la medida de referencia, debido a su simetría y tamaño. El usuario deberá respetar las áreas de respeto planteado para la marca que es de una “e” en cada uno de sus lados.



8.2.4 Dimensiones de la marca

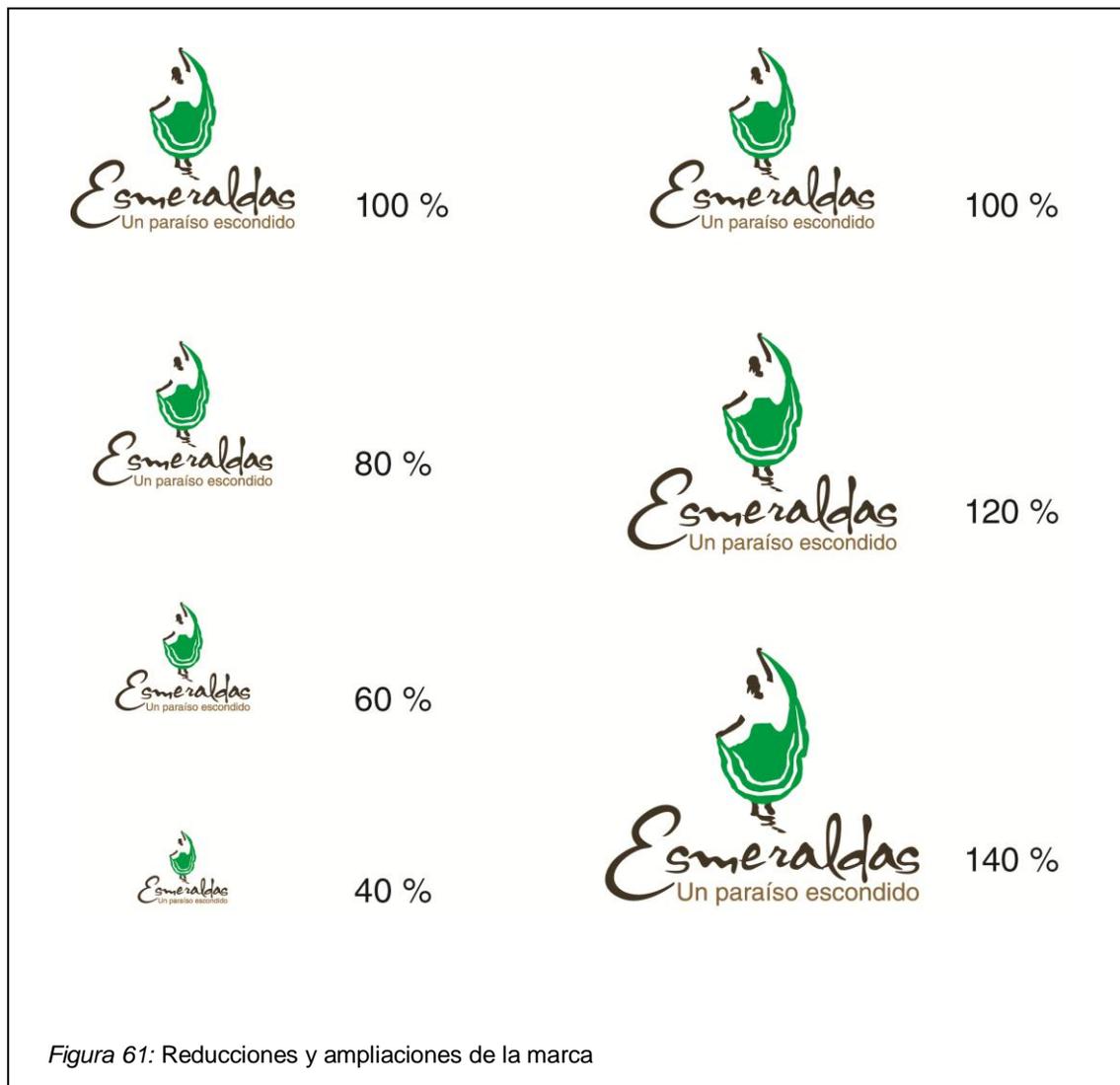
El tamaño de la marca al 100% es de: 27 mm por 23mm. De este tamaño se partirá a la hora de hacer reducciones y/o ampliaciones.



8.2.5 Reducciones y ampliaciones

La marca tendrá una reducción y ampliación proporcional llegando a una reducción mínima del 40 % de su tamaño original para que esta no pierda legibilidad. Con respecto a las ampliaciones no hay un límite.

Las ampliaciones y reducciones dependerán del soporte al cual se aplique la marca.



8.2.6 Marca: gris, positivo y negativo

Aquí se muestran las distintas variantes en las que funciona la marca. Esto da una referencia de las distintas aplicaciones en las que puede ser utilizada.



8.2.7 Fondos de color

A continuación podemos ver los distintos fondos de color sobre los que puede ser utilizada la marca. Sobre los fondos de color la marca deberá ser utilizada en color blanco.



8.2.8 Marca monocromática

Los colores en los que se utilizará la marca monocromática son los mismos que se utilizan en los fondos de color.



8.2.9 Usos incorrectos

Para un correcto uso de la marca se deberá respetar proporción, cromática, tamaño, etc. Es por eso que aquí se describen todas aquellas cosas que no deben hacer a la marca.



8.2.10 Variación

Se plantea una posición distinta en la marca, donde se mantiene la parte tipográfica en el mismo sitio y se ubica el isotipo en la parte derecha del mismo.

Una versión horizontal facilitará el uso en las distintas aplicaciones que se planteen, esto ya que los espacios varían y se necesita de alternativas que faciliten el trabajo a la hora de ser introducida en dichas aplicaciones.



Además de la opción horizontal, los elementos de la marca pueden ser usados de manera individual debido a la fácil pregnancia de cada una de sus partes.

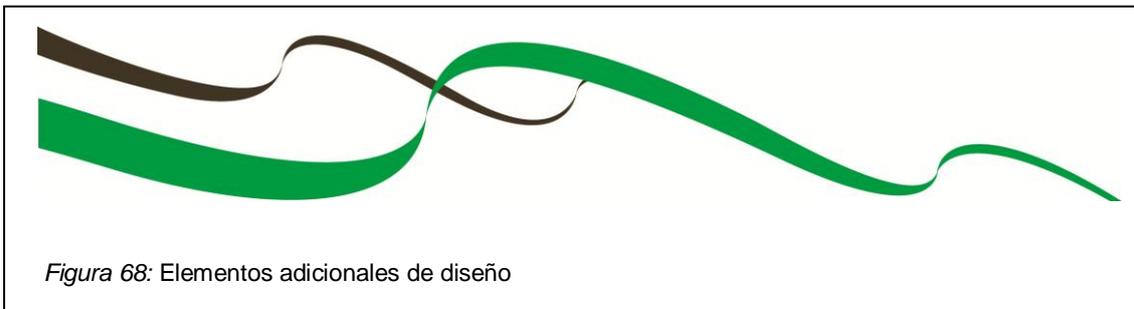


8.2.11 Elementos adicionales de diseño

Para realizar este elemento se tomo como referencia las olas del mar, así también como la falda de la bailarina en el isotipo de la marca.

Este es el único elemento, adicional a la marca, que se utilizará. Se realizan cambios en la escala y la transparencia del elemento según la aplicación lo requiera.

Con lo referente a la cromática se lo maneja en sus tonos originales que son los que se muestran a continuación y en monocromáticos utilizando los mismos colores de la marca. El color dependerá del soporte en el que se aplique.



8.3 Aplicaciones

En esta parte se describe detalladamente el correcto uso de la marca sobre los distintos soportes a los que va a estar sometido. Aquí se dan detalles específicos de los parámetros a seguir a la hora de utilizar la marca.

Se describen proporciones, materiales, colores, etc. que den al diseñador parámetros para mantener la imagen global planteada.

Entre las aplicaciones planteadas se encuentran: la papelería básica, papelería tributaria, aplicaciones promocionales, etc.

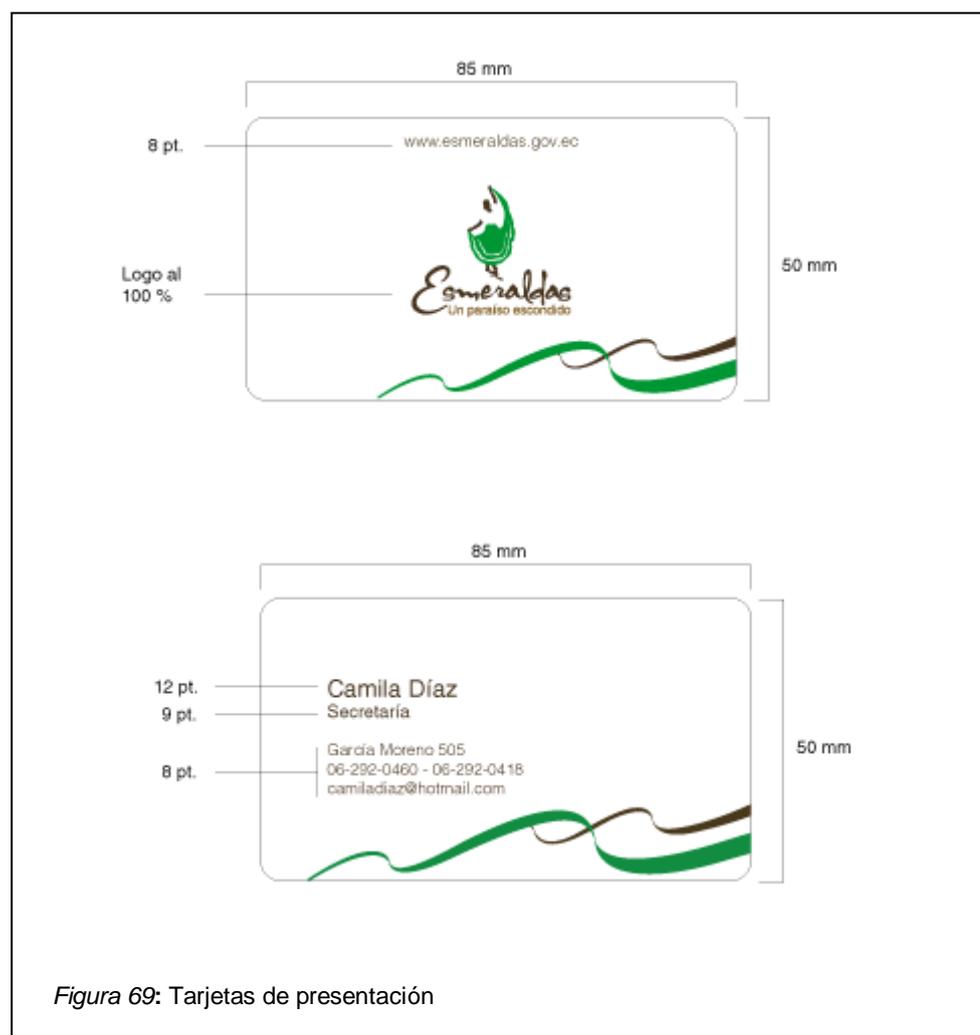
8.3.1 Papelería básica

Tarjeta de presentación

Las tarjetas de presentación tienen una dimensión de 85 mm x 50 mm. El material en el que serán impresos es cartulina marfil liza de 250 gr.

En la parte frontal se puede apreciar la marca y la página web institucional, mientras que en la parte posterior se encuentra información personal.

La tipografía utilizada es Helvética LT Std Roman y en la parte inferior se indican las distintas variantes de tamaño de la fuente.

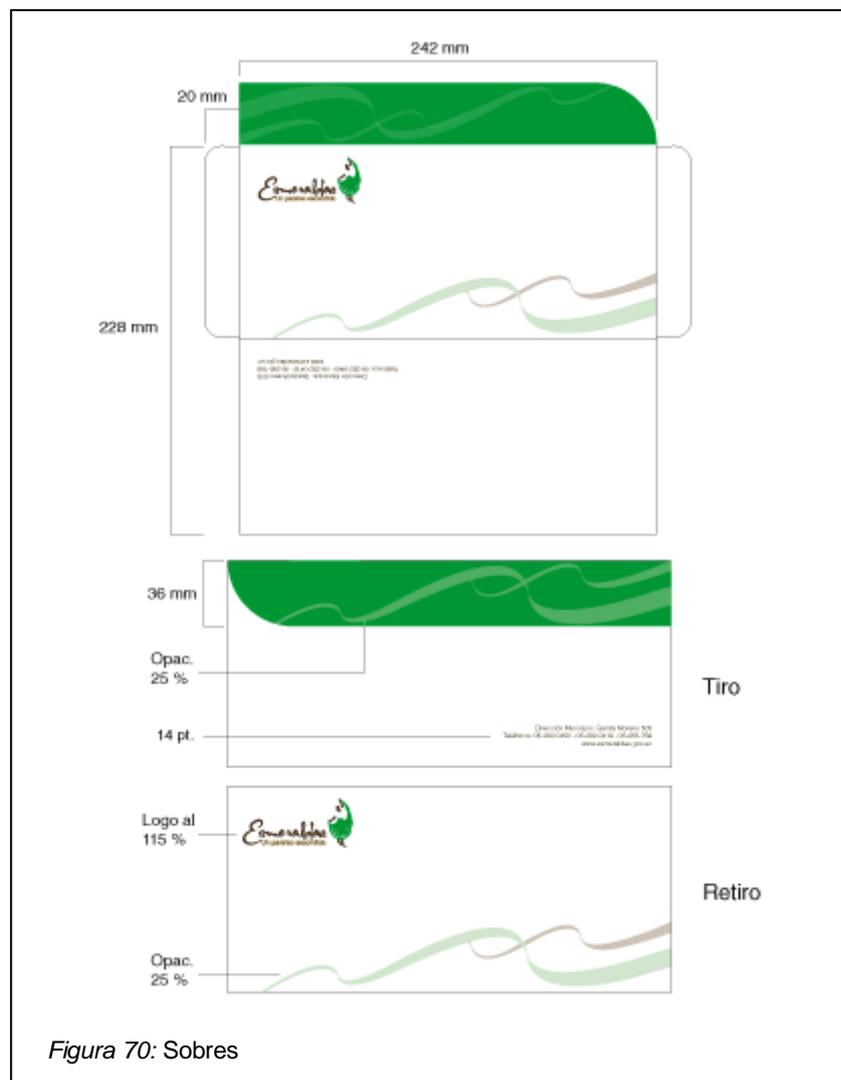


Sobres

Los sobres tienen una dimensión de 242 mm x 114 mm cerrado. Estará impreso en papel bond de 75 gr.

En la parte frontal se encuentra los datos de la institución, mientras que en la parte posterior se puede apreciar la marca.

La tipografía utilizada es Helvética LT Std Roman en 14 pt.

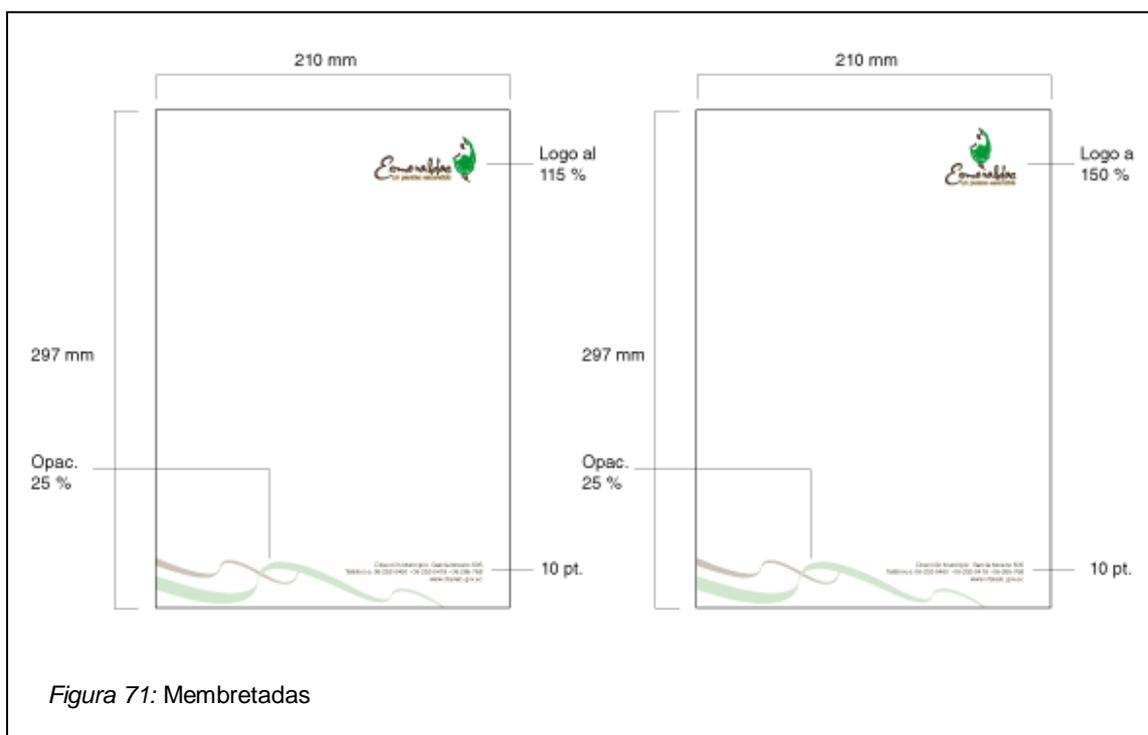


Hojas membretadas

Las hojas membretadas tienen dimensiones de 210 mm x 297 mm y estará impreso en papel bond de 75 gr.

Se plantean 2 modelos distintos de hojas membretadas con las dos versiones de la marca, en la parte inferior derecha se encuentran los datos de la institución.

La tipografía utilizada es Helvética LT Std Roman en 10 pt.



Carpetas

Las dimensiones de las carpetas son 460 mm x 310 mm, el material en el que se realizarán es papel couche de 300 gr. En la parte frontal se utilizarán fotografías de los distintos atractivos de la ciudad. Mientras que en la parte posterior se utilizan los colores de la marca ciudad, tomando como color principal el verde.

La información de la institución se encuentra en la parte inferior y la marca en el centro de la tapa posterior. La marca se incluye en la parte delantera pero su ubicación dependerá de la imagen utilizada y el espacio que esta posea.

La tipografía utilizada es Helvética LT Std Roman en 14 pt. en la zona posterior. En la parte delantera se utilizará la misma tipografía, pero su tamaño y posición dependerá del espacio que proporcione la imagen utilizada.



8.3.2 Credenciales

Las credenciales tienen unas dimensiones de 46 mm x 100 mm. El material en el que se realizarán es PVC.

En la parte frontal se encuentra la información del personal de la institución. Mientras en la zona posterior se encuentra información de la institución y donde puede ser devuelta en caso de pérdida.

La tipografía utilizada es Helvética LT Std Roman en diferentes tamaños como se puede apreciar en la imagen siguiente. En la zona del cargo del trabajador se utiliza la misma tipografía pero en su versión condensada.

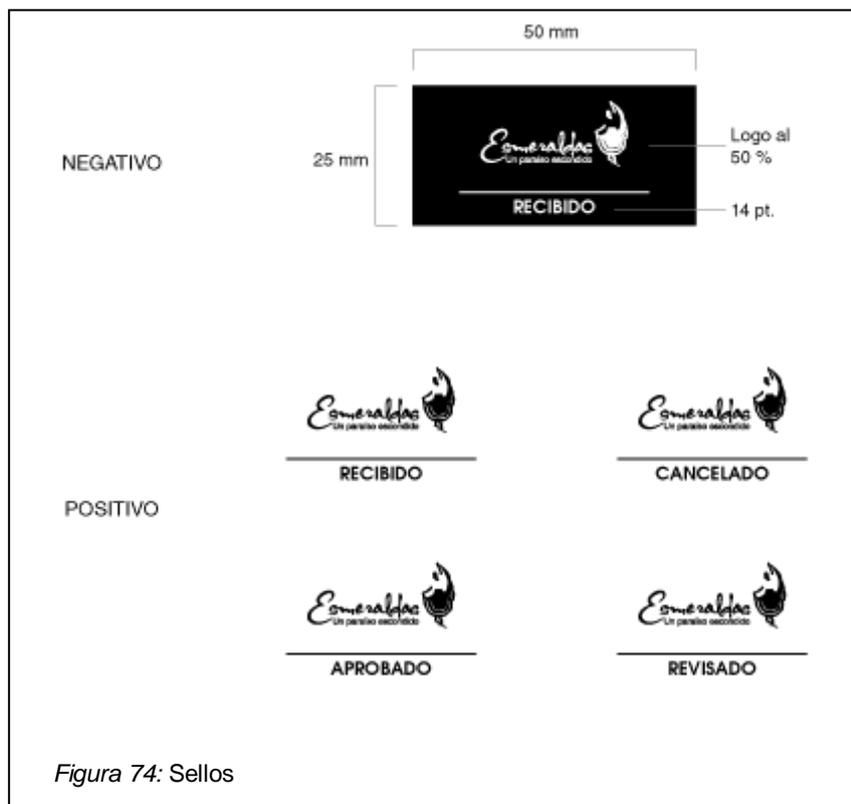
La marca ciudad se encuentra en ambos lados y en las dos versiones planteadas.



8.3.3 Sellos

Los sellos tendrán dimensiones de 50 mm x 25 mm, se realizarán en sellos de caucho con maquinas automáticas.

La tipografía utilizada es Helvética LT Std Roman de 14 pt.



8.3.4 Cd corporativo

En el CD corporativo la marca se ubica en la parte superior.



8.3.5 Papelería tributaria

Para el diseño de la papelería tributaria se utilizaron las especificación dictadas por el SRI, salvo en el caso de los recibos de caja que son documentos de uso interno y no válidos para la contabilidad.

El tamaño de las facturas y las retenciones serán A5 y los recibos de caja serán en tamaño A6. El material usado será papel químico y la impresión se realizará en color verde.

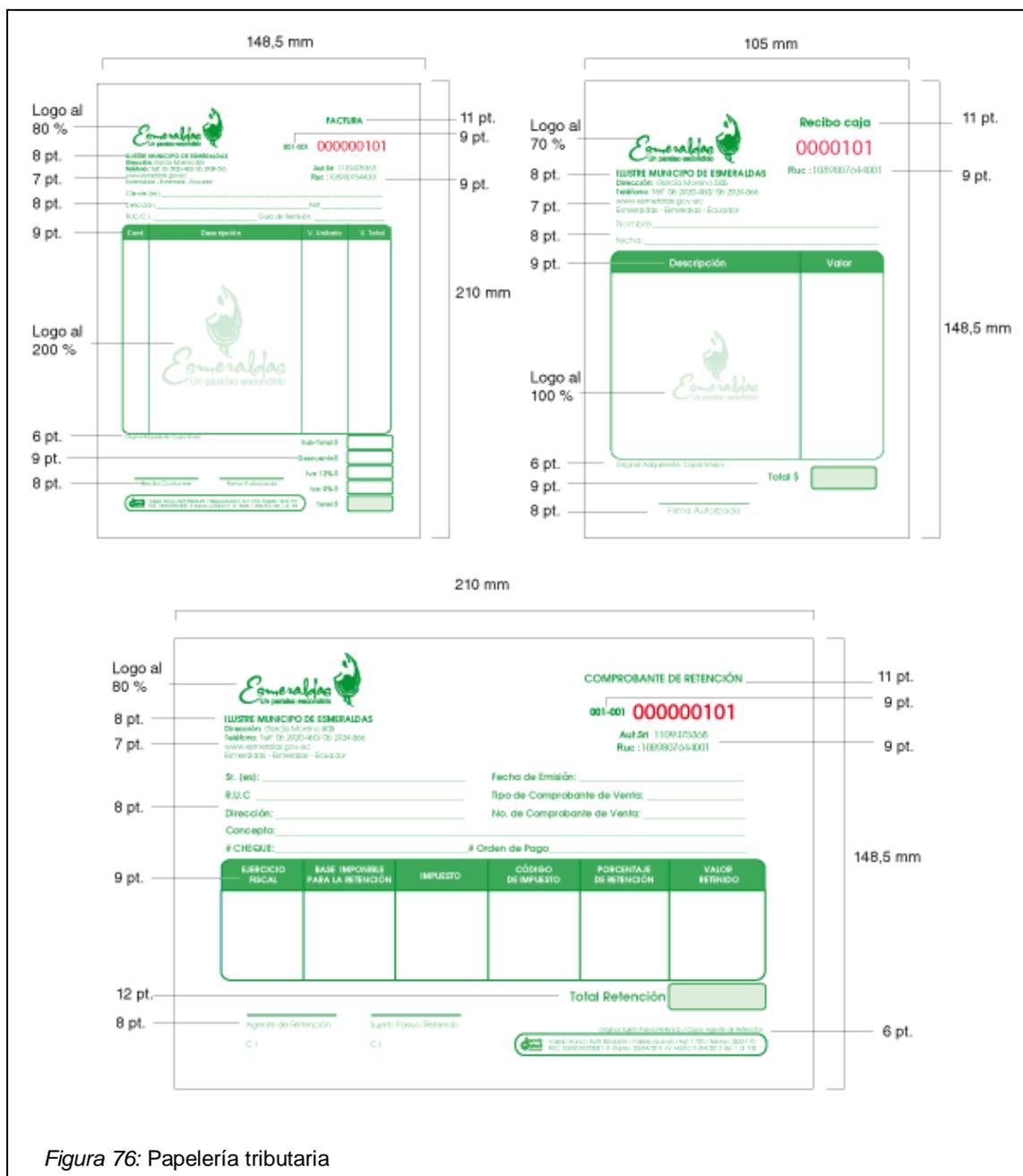
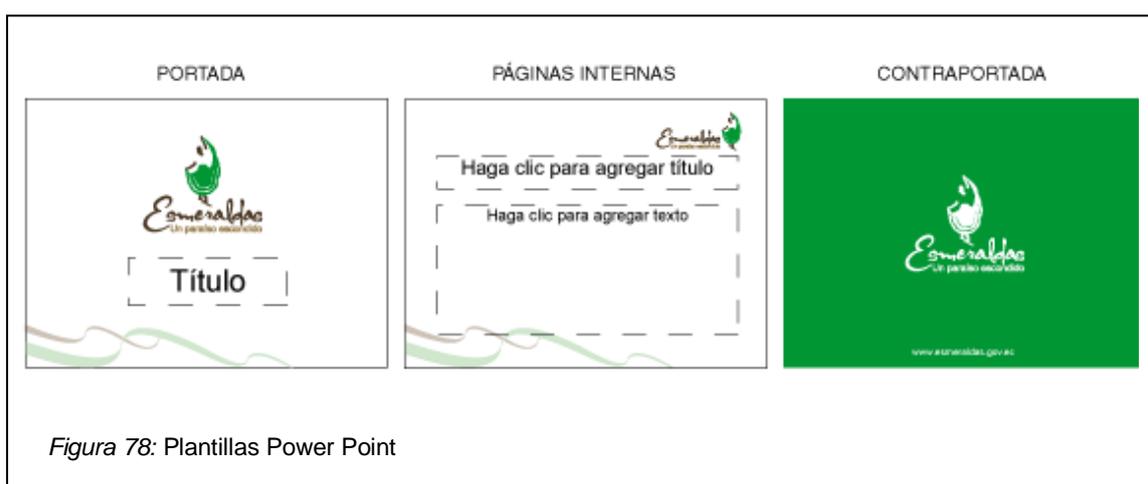
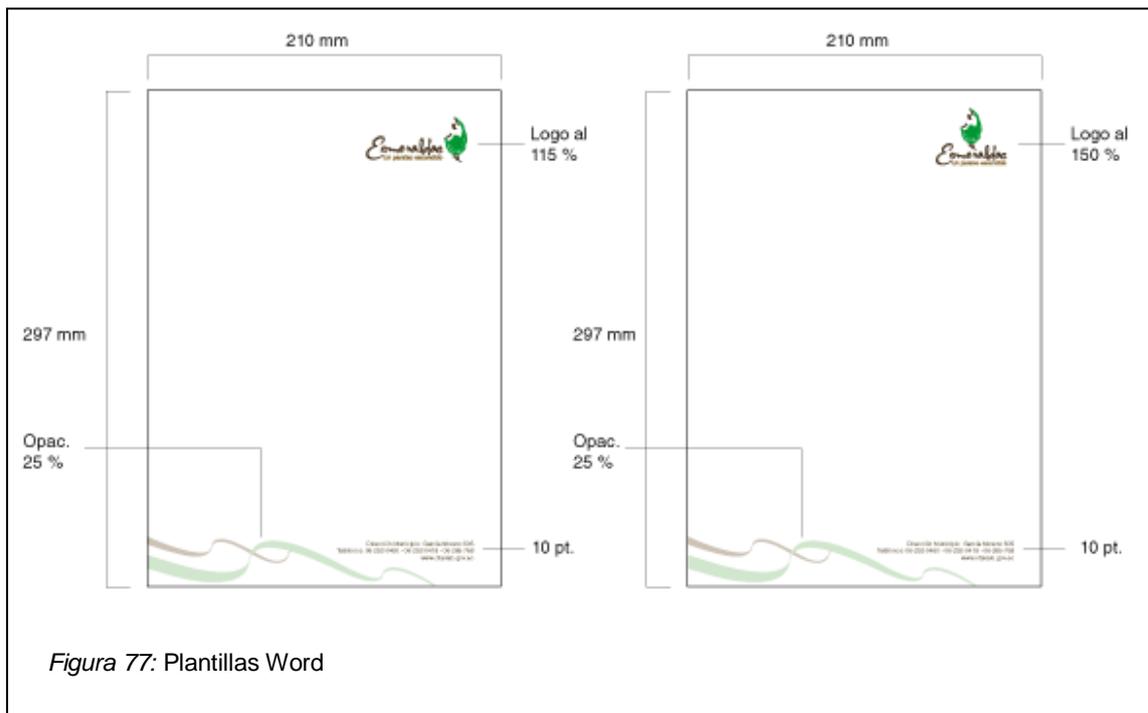


Figura 76: Papelería tributaria

8.3.6 Plantillas Word y Power Point

En las plantillas se utiliza la tipografía ARIAL debido a que es una fuente que se incluye en todos los sistemas operativos de las computadoras. De esta manera se evita el problema de distorsión del diseño por el remplazo de una fuente que no se encuentre en la computadora.



8.3.7 Artículos Promocionales

Afiches

En los afiches se usarán distintas fotografías del cantón, la ubicación de la marca y de la tipografía dependerá de las fotografías que se utilice.



Postales

En las postales se usarán distintas fotografías del cantón, la ubicación de la marca y de la tipografía dependerá de las fotografías que se utilice.



Separadores de libros

En la parte frontal se ubicará: el logo en la parte derecha, sobre él se ubicará la página web, mientras que en lado izquierdo está ubicada información del cantón.

En la parte posterior se colocará un calendario. En la parte derecha se ubica información de la institución y la marca en monocromático.

Se manejan 2 opciones cromáticas, la principal en color verde y la secundaria en color café. Los colores son los mismos que se utilizan en la marca.



Figura 81: Separador de libro

Fundas ecológicas

Se plantean 2 opciones cromáticas: la primera, funda blanca con la marca en sus colores originales y funda verde con la marca en blanco. Además de la marca se incluye la página web de la institución.



Botones



Bolígrafos

La marca y la página web son los únicos elementos que se utilizan.



Jarros

En los jarros va estampada la marca en sus colores originales.



8.3.8 Señalética

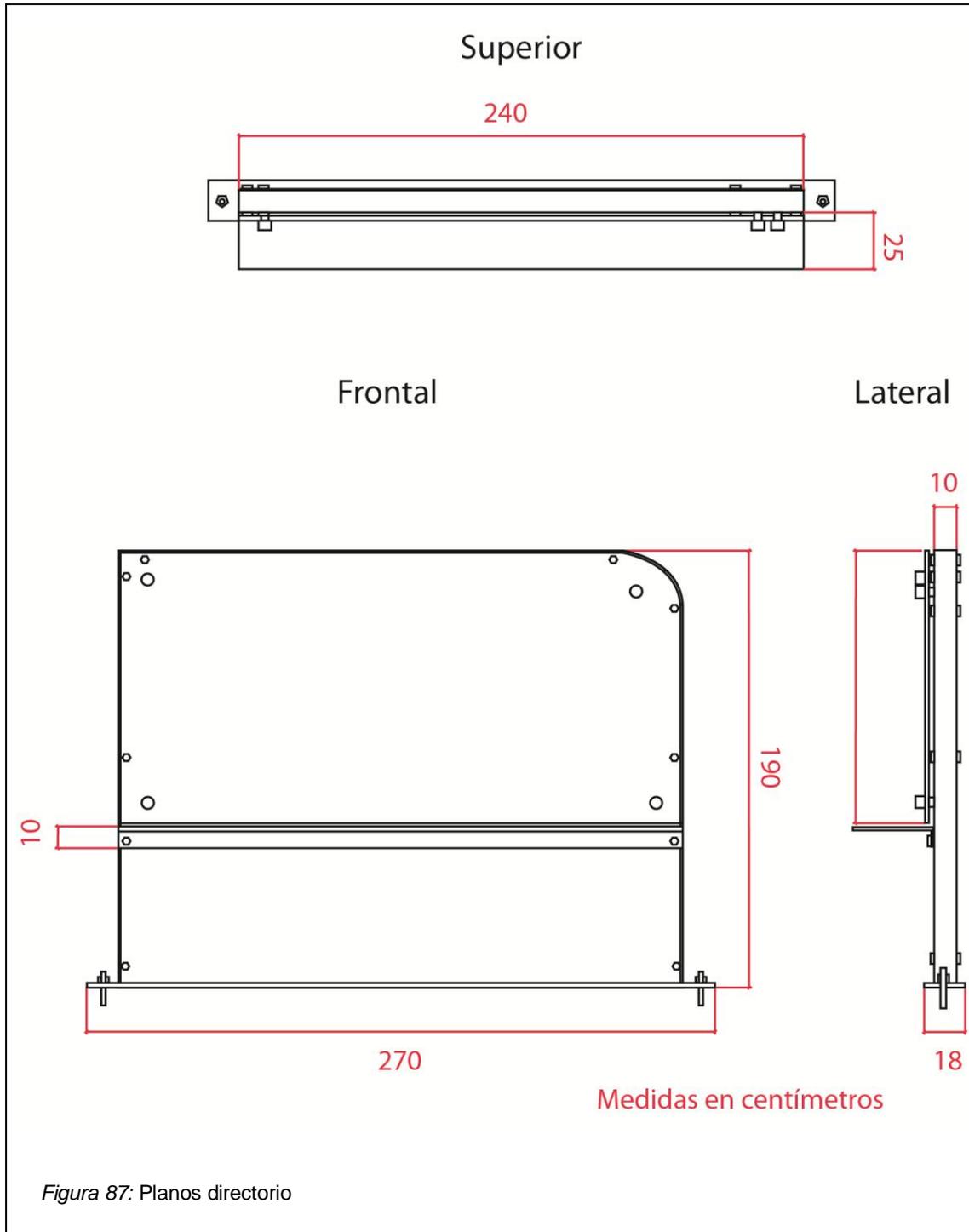
Directorio

Los directorios estarán ubicados en las cercanías de los principales atractivos del cantón como son, los balnearios, los museos, las iglesias, entre otros. El propósito principal de los directorios es promocionar los principales atractivos del cantón y permitir a las personas ubicarse en la zona mediante un mapa referencial.



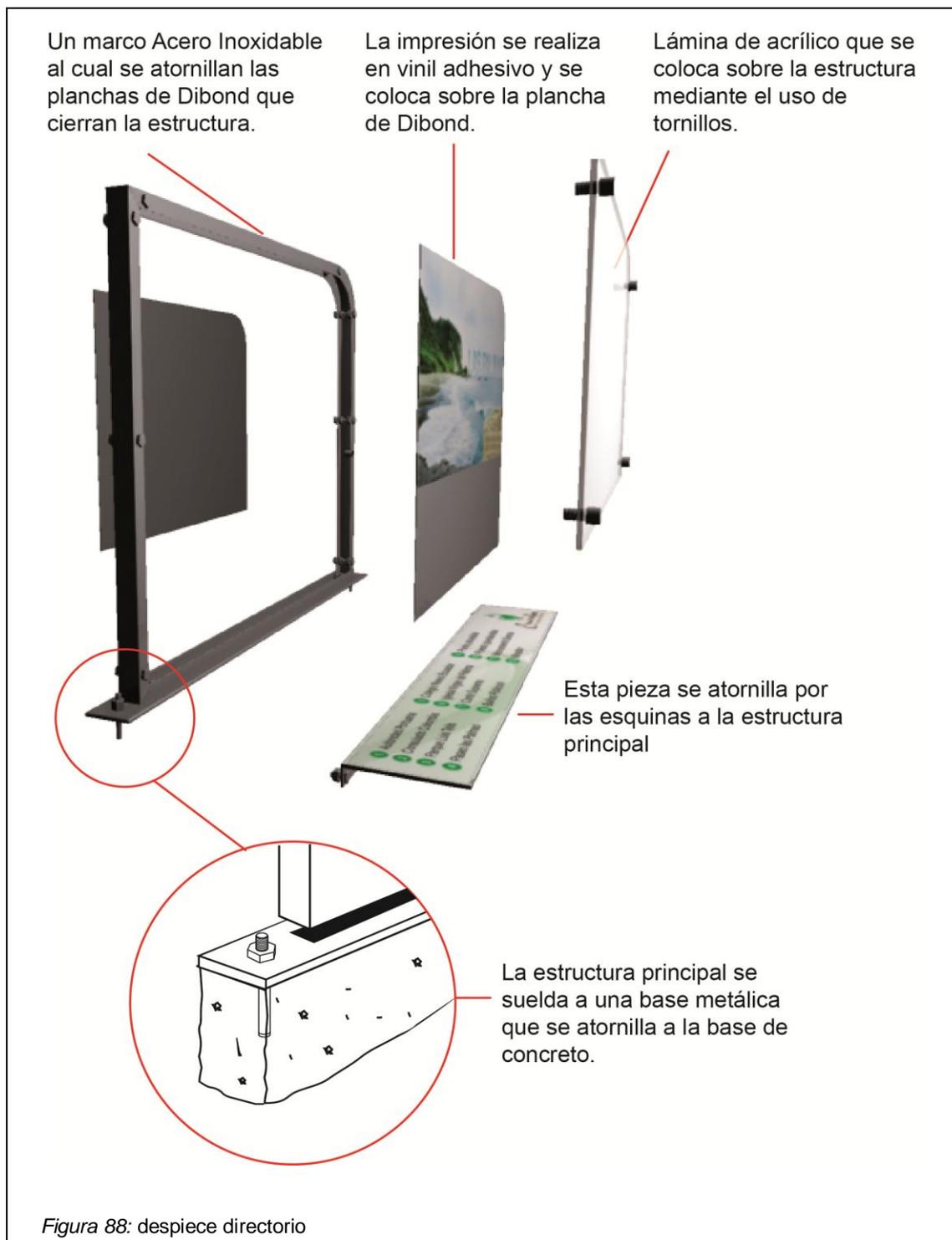
Planos directorio

A continuación se muestran las dimensiones del soporte de los directorios. Se detalla la vista superior, frontal, y lateral.



Despiece y sistema de sujeción

El marco estructural estará construido con una lámina de acero inoxidable de 3 mm de espesor. Las láminas de dibond tendrán el mismo grosor y estarán unidos mediante pernos hexagonales de acero de ½ pulgada. La lámina de acrílico tendrá un grosor de 6 mm.



Descripción de elementos

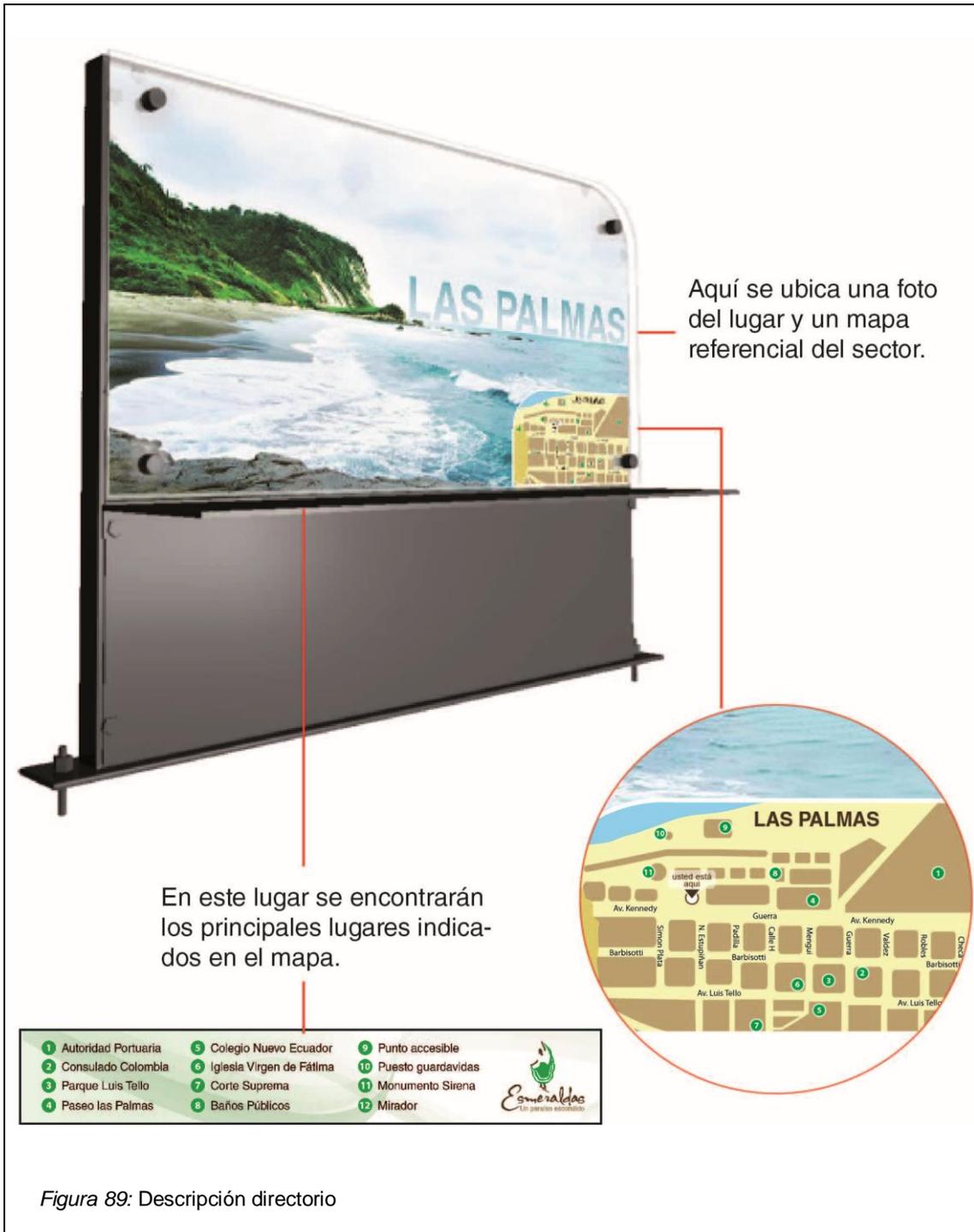


Figura 89: Descripción directorio

Guiatorio

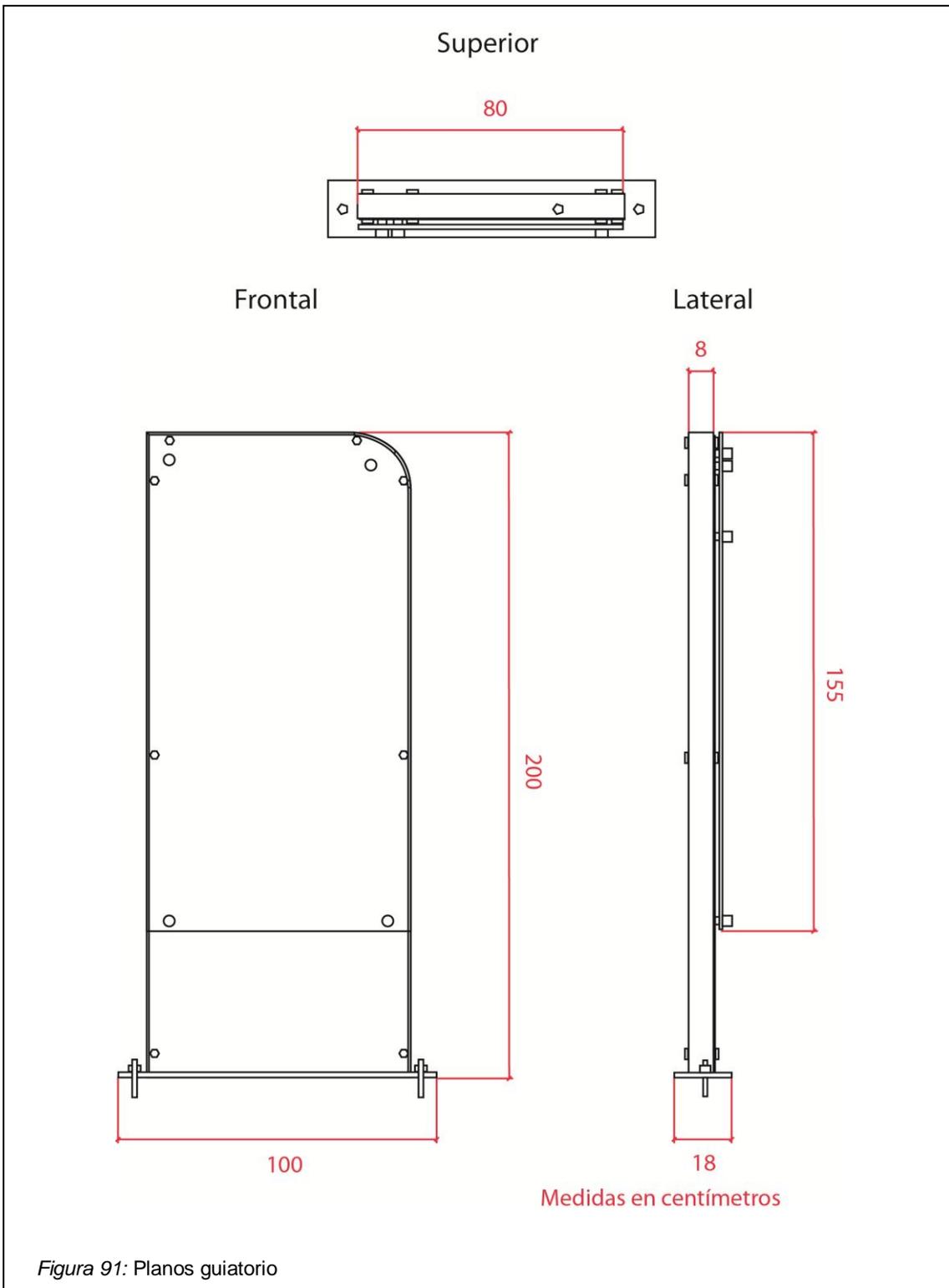
Los guiatorios estarán ubicados en los lugares más concurridos del cantón como son, el barrio Las Palmas, el Parque 20 de Marzo, el sector El Leon, etc. Con el uso de los guiatorios se busca facilitar la experiencia del usuario en el recorrido por la ciudad, señalando los accesos más cercanos a instituciones, baños, áreas de recreo, etc.



Figura 90: Guiatorio

Planos guiatorio

En esta sección se detallan las medidas exactas del guiatorio en sus respectivas vistas; superior, frontal y lateral. Las siguientes medidas se encuentran en milímetros.



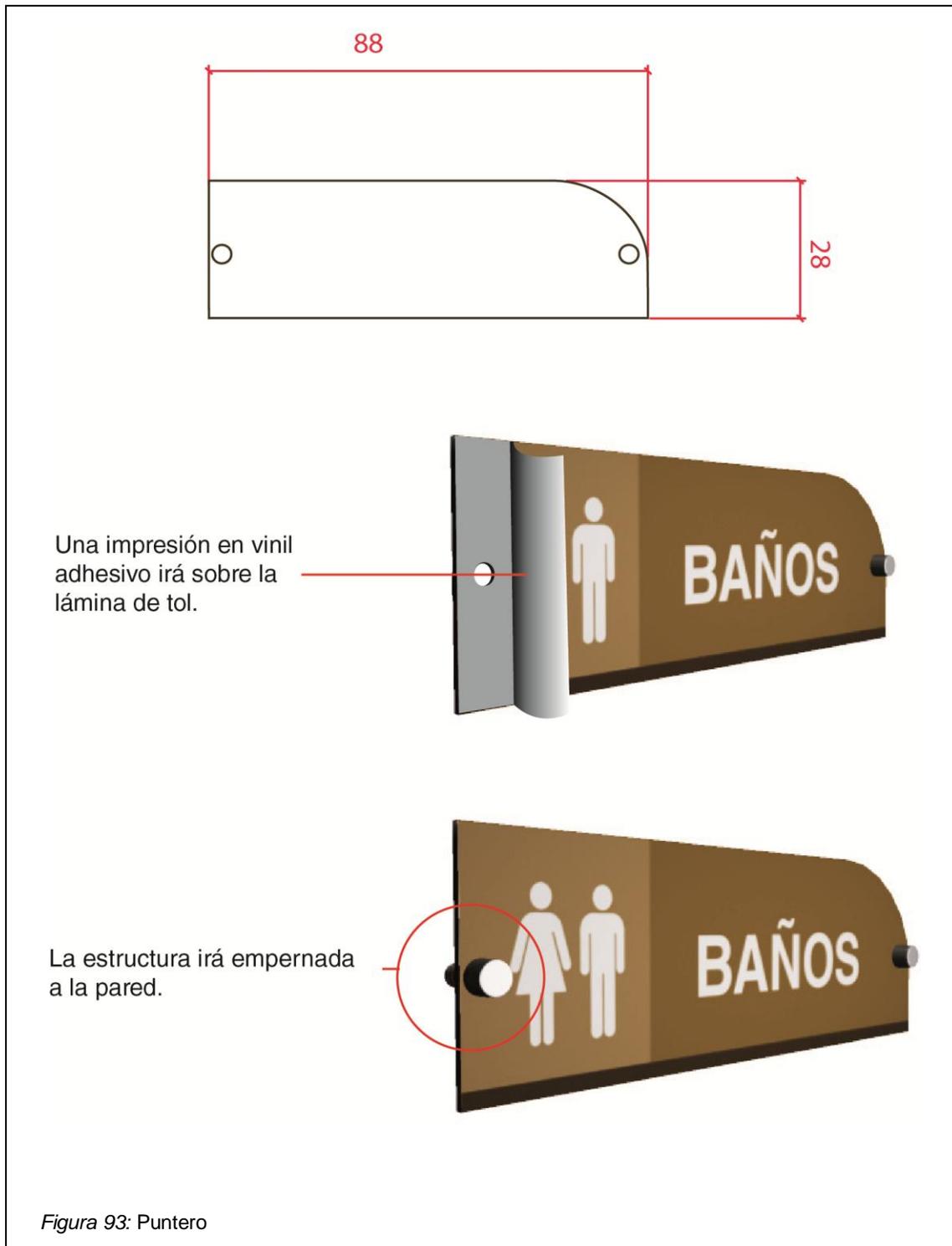
Despiece y sistema de sujeción

El marco estructural estará construido con una lámina de acero inoxidable de 3 mm de espesor. Las láminas de Dibond tendrán el mismo grosor y estarán unidos mediante pernos hexagonales de acero de ½ pulgada. La lámina de acrílico tendrá un grosor de 6 mm.



Puntero

Lo base de tol tendrá un grosor de 3 mm de espesor. La estructura de tol irá sujeta a la pared mediante el uso de pernos decorativos en acero inoxidable de ½ pulgada. Las siguientes medidas se encuentran en milímetros.



8.3.9 Mobiliario urbano

Para el diseño del mobiliario urbano se mantuvieron las formas básicas que se utilizaron en la señalética. El propósito es dar comodidad al usuario manteniendo coherencia entre la marca y los demás elementos.

Alternativas de mobiliario

Propuesta uno



Figura 94: Mobiliario urbano, propuesta uno.

Propuesta dos

Figura 95: Mobiliario urbano, propuesta dos.

Propuesta tres

Figura 96: Mobiliario urbano, propuesta tres.

Propuesta final de mobiliario urbano

Mediante la realización de un *focus group* que se llevó a cabo con 20 personas del cantón Esmeraldas se definieron las piezas finales de mobiliario urbano.

La propuesta aceptada fue la número dos.



Figura 97: Mobiliario urbano, propuesta final.

Bancas

Las bancas serán usadas en toda la ciudad.

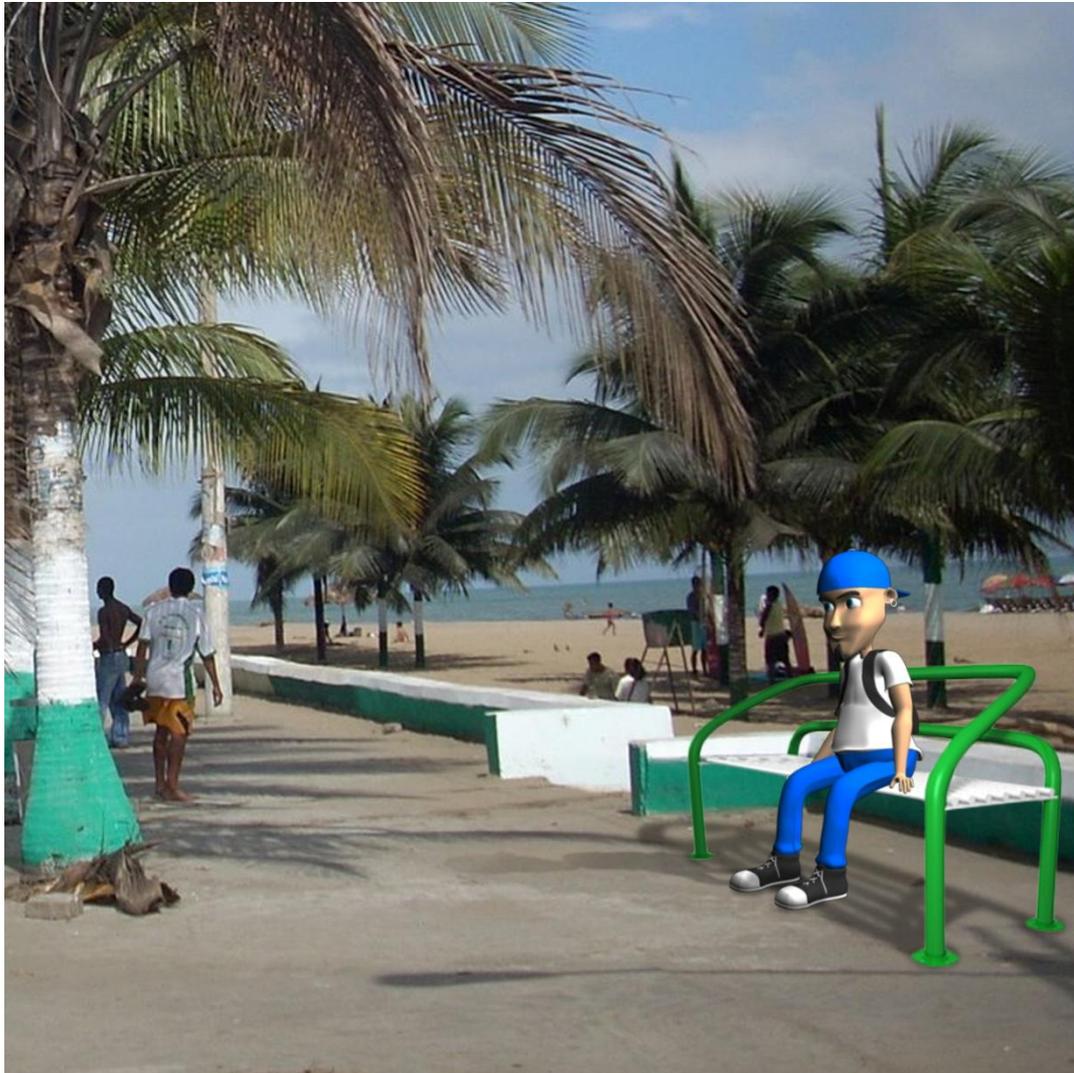
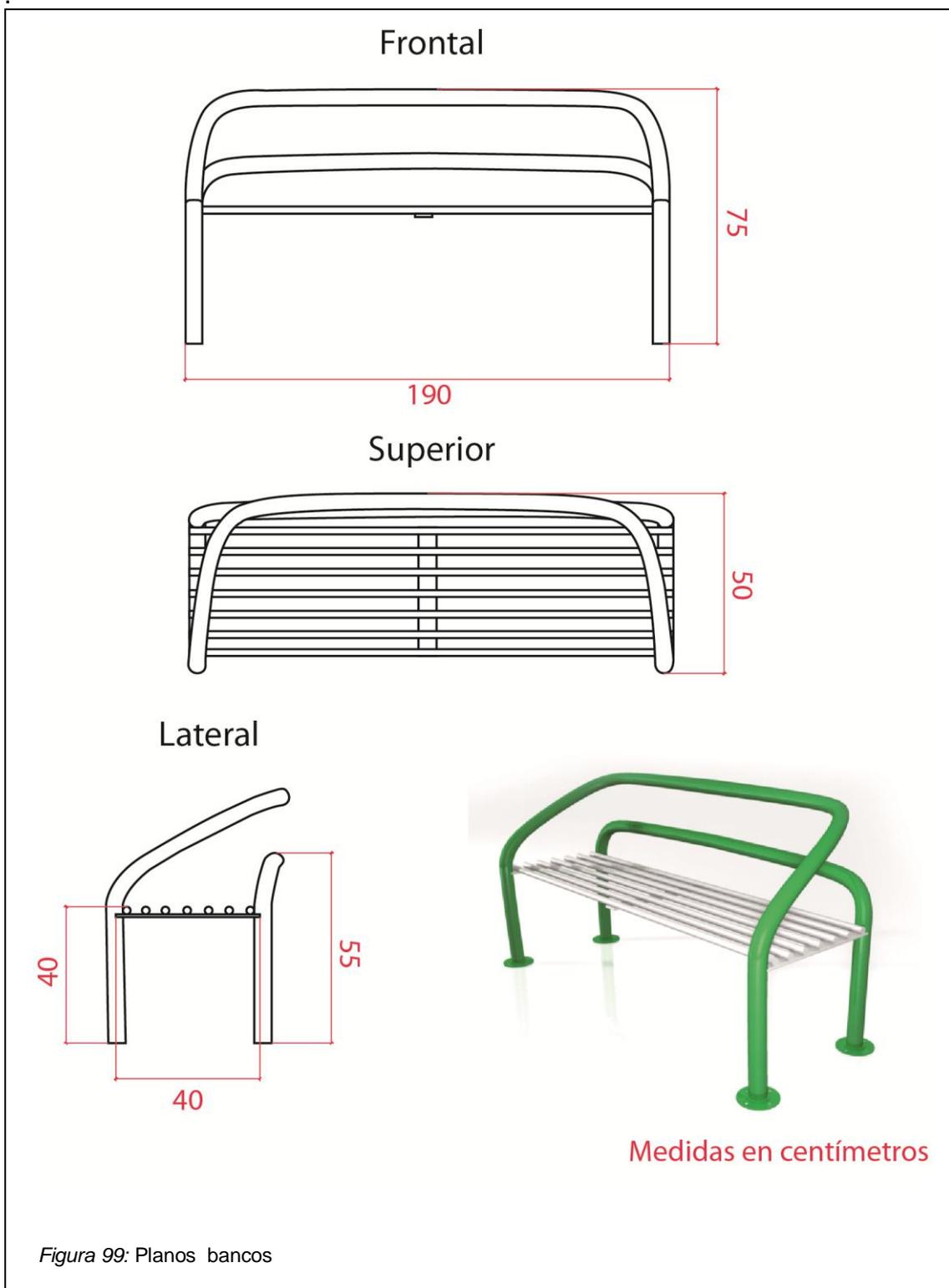


Figura 98: Bancas

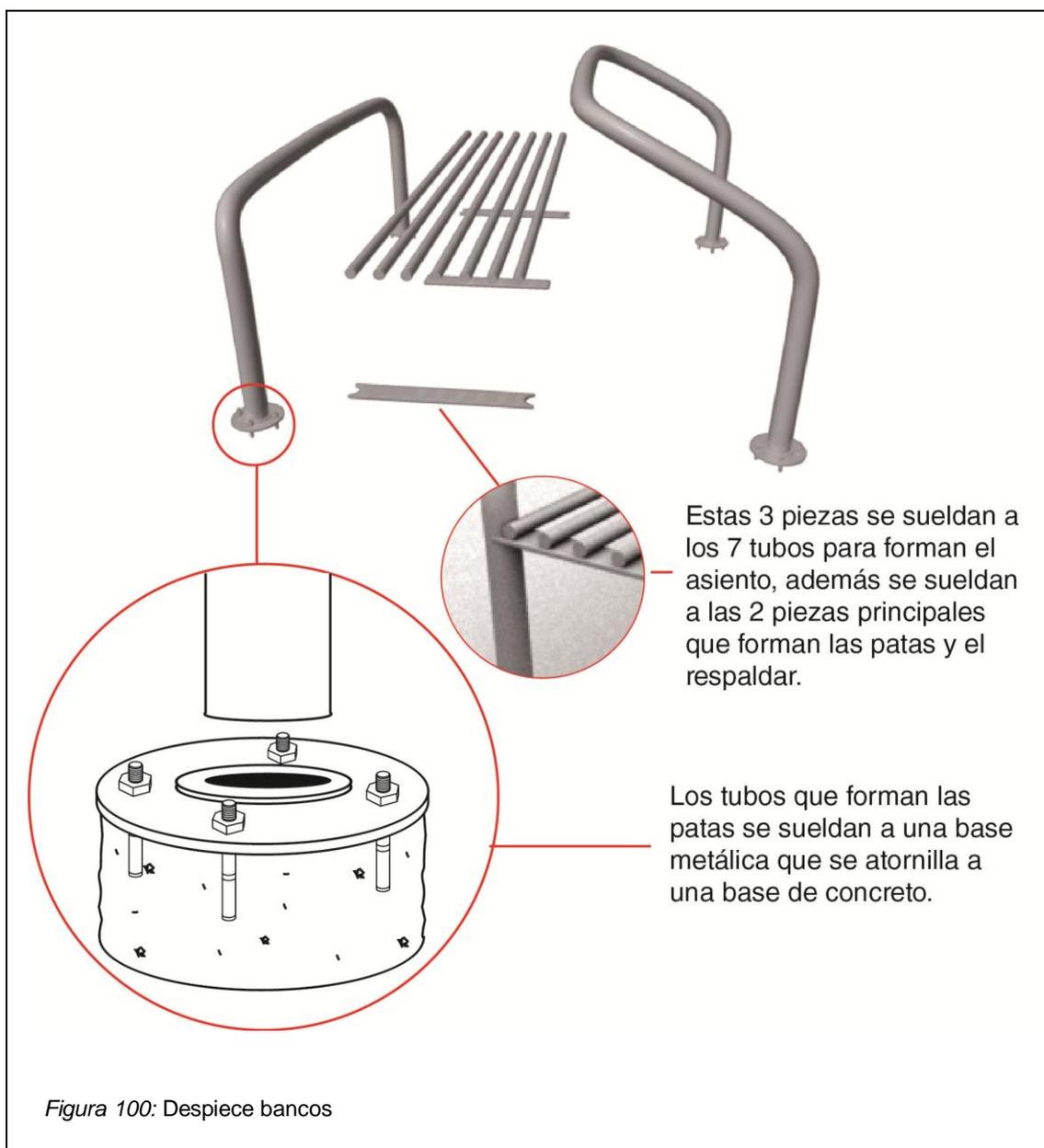
Planos bancas

Aquí se pueden apreciar las medidas en sus diferentes vistas.



Despiece y sistema de anclaje bancos

Las bancas están construidas con tubos de acero inoxidable de 3 y 1 pulgada. Se utilizaron tubos de 3 pulgadas para las piezas que forman las patas y respaldar y tubos de 1 pulgada para formar el asiento que esta soldado a las tres piezas de acero.



Luminarias

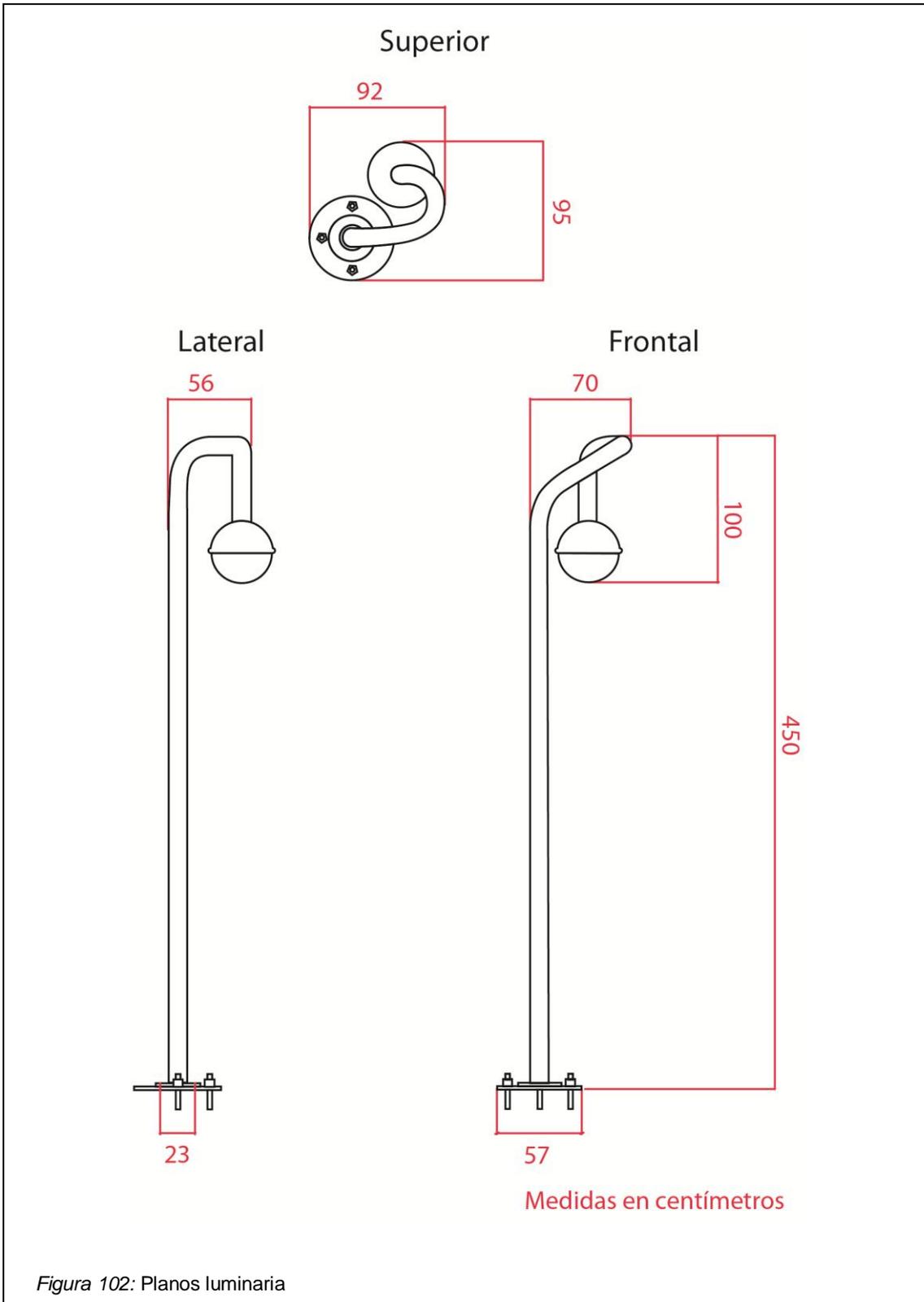
Las luminarias se ubicarán en toda la ciudad.



Figura 101: Luminarias

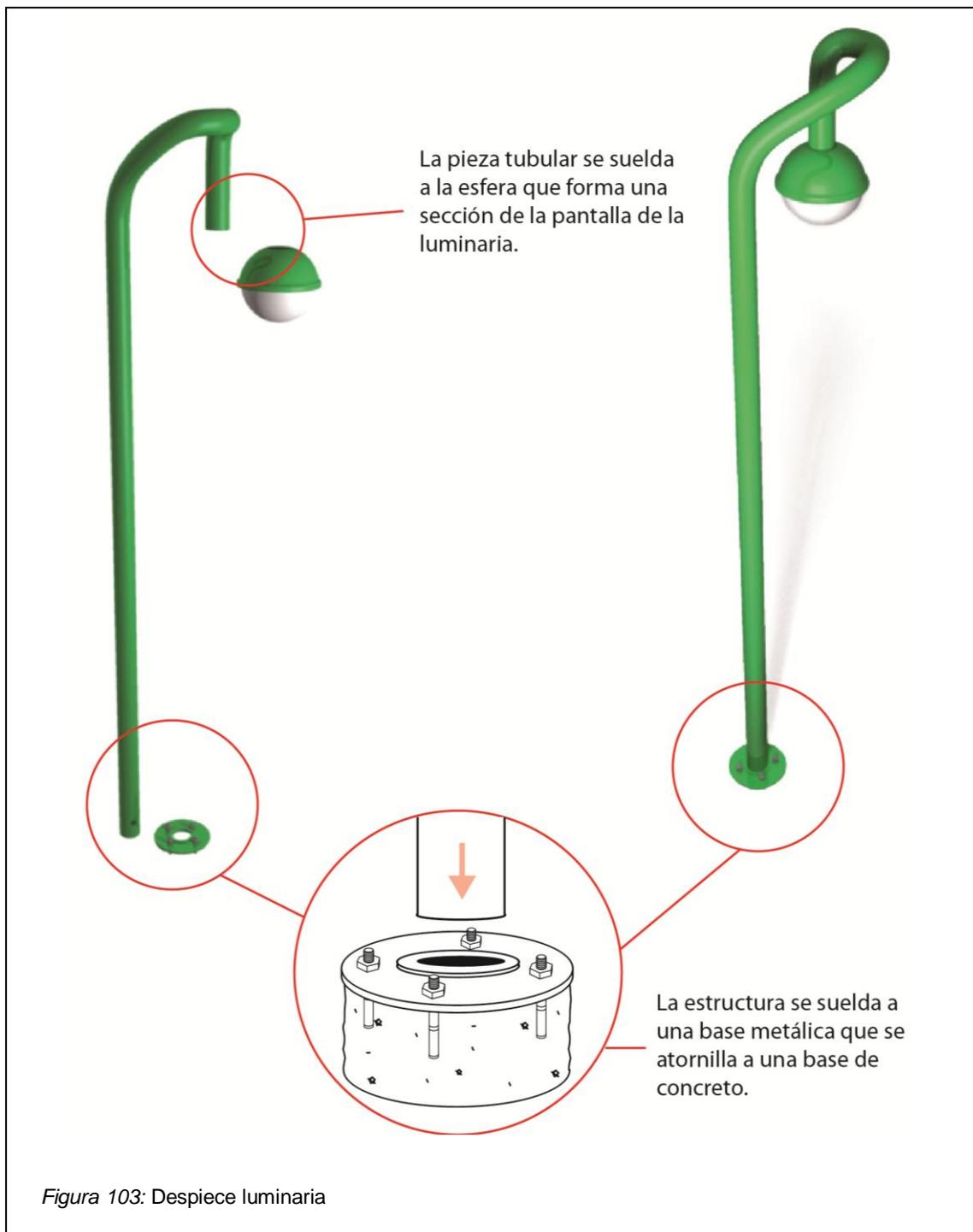
Planos Luminaria

En el siguiente esquema se puede apreciar las diferentes vistas de las luminarias con sus respectivas cotas.



Despiece luminaria

La estructura base es un tubo de acero inoxidable. La sección superior de la pantalla está formada de acero inoxidable y la inferior de acrílico. En la luminaria se utiliza un foco fluorescente de 100 W.



Basurero

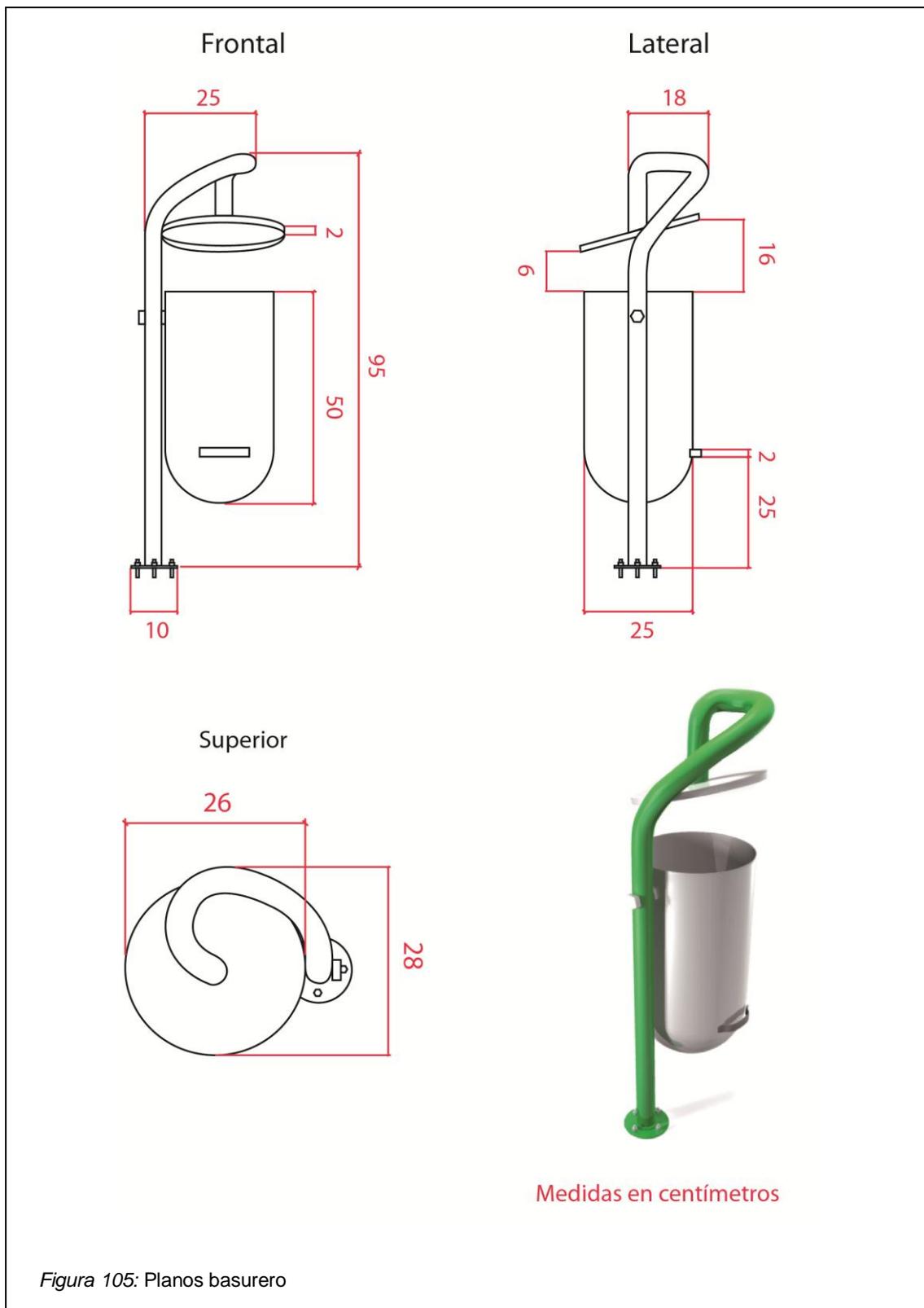
Los basureros se utilizaran de manera general en toda la ciudad.



Figura 104: Basurero

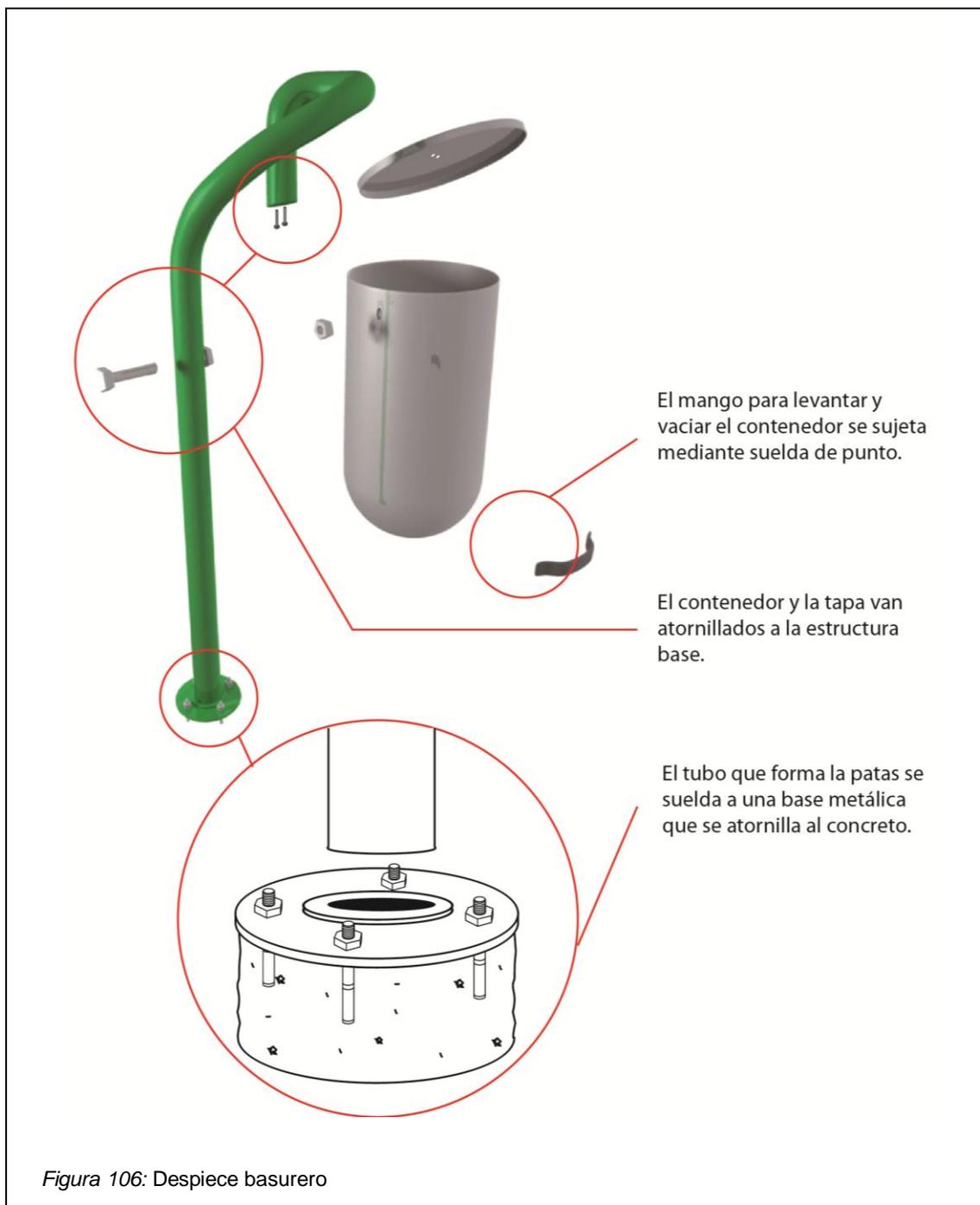
Planos basureros

Las medidas y sus respectivas cotas se encuentran a continuación.



Despiece Basurero

La estructura del basurero está formada con un tubo de acero inoxidable de 3 pulgadas, mientras que el contenedor y la tapa están formados con acero de 2 mm. Los pernos que sujetan al contenedor son pernos de acero de ½ pulgada.



8.3.10 Guía Interactiva

El propósito de esta guía interactiva es mostrar los aspectos más importantes del cantón Esmeraldas. Dando las facilidades necesarias y dotando de información indispensable para que los posibles turistas puedan realizar un recorrido virtual. De esta manera cuando ingresen al cantón podrán tener una experiencia mucho más completa al poseer información detallada de los diferentes lugares, actividades, gastronomía, historia, etc.

Como objetivo primordial se quiere dar a conocer la cultura esmeraldeña, el aspecto más destacable y principal arma para atraer el turismo al cantón.

Página principal

En la página principal se mostrará información general del cantón, exponiendo diferentes atractivos del cantón. Además se mostrarán noticias de la actualidad turística de Esmeraldas.



Figura 107: Guía interactiva

Funcionamiento botones

- 1.- Al desplegarse los botones del menú principal se detallará información que permita una navegabilidad mucha más simple y rápida.
- 2.- Un banner en el que se mostrarán distintos atractivos del cantón.
- 3.- En la parte inferior están ubicados los enlaces de las páginas web's que podrán dotar de algunos datos adicionales. (Mintur, Municipio de Esmeraldas y la página oficial del turismo ecuatoriano).



Figura 108: Botones guía interactiva

Paginas internas



Figura 109: páginas internas

La estructura de las páginas internas se mantendrá en la gran mayoría de los casos. Se muestra la información principal en la zona izquierda y a la derecha subtemas que podrán ser seleccionados.



Figura 110: Funcionamiento páginas internas

Página de localización

En esta sección se muestran mapas de diferentes sectores referentes de Esmeraldas con detalles de los lugares más importantes como instituciones, restaurantes, bares, parques, etc.

El objetivo es que el turista pueda tener la información necesaria para poder llegar a los diferentes lugares de cada sector de la ciudad sin la necesidad de una persona que lo guíe.



Figura 111: Página de localización

Funcionamiento página de localización

En la parte derecha se encuentra un listado de los diferentes lugares del sector. Al seleccionar alguno de ellos se despliega un recuadro con información del sitio seleccionado, también se puede desplegar la información seleccionando los iconos directamente del mapa.



Figura 112: Funcionamiento página de localización

9 Capítulo IX. Conclusiones y Recomendaciones

9.1 Conclusiones

A lo largo de la carrera de Diseño se obtuvieron conocimientos y experiencias que permitieron el correcto desarrollo de este proyecto. Además de los conceptos básicos de diseño, la guía de los maestros fue de gran ayuda para poder elaborar trabajos de calidad y con profesionalismo.

El Diseño Integral en la actualidad es de gran importancia en el desarrollo general de las sociedades. El correcto uso de esta disciplina hace la diferencia al momento de elegir un producto, un servicio, un destino, etc., es por esto que la inversión en un proyecto de estas características es de gran importancia para el desarrollo general del cantón Esmeraldas así también como de la provincia.

El objetivo primordial de este proyecto es fomentar el turismo en Esmeraldas mediante la creación de diferentes variantes de diseño. Dar a conocer de manera adecuada todas y cada una de las bondades que posee este cantón es un paso fundamental para provocar una mayor afluencia de turismo, el correcto uso del diseño puede ser la clave para convertir a este destino en uno de los más concurridos del país, ya que mientras más información posea el usuario mayor será el interés por el destino.

El correcto manejo de la imagen de una plaza turística, en este caso del cantón Esmeraldas, es importante tanto para las personas que visitan el lugar, como para los habitantes del mismo. Lograr representar las características más destacables de Esmeraldas y ser reconocidos por esto, es importantes para que los turistas elijan este destino ante otros.

En el caso concreto de este proyecto hubo varios problemas que dificultaron la fluidez de la investigación. Al ser un destino poco conocido la información bibliográfica es muy escasa, lo que dificultó el proceso de investigación. La

poca colaboración por parte de las instituciones públicas, que sirvieron de referencia, fue otro de los problemas que retrasaron el trabajo.

9.2 Recomendaciones

Una de las recomendaciones generales de la carrera de diseño, es realizar trabajos mucho más complejos durante el proceso de estudio que estén mucho más acorde con el futuro que le espera como profesional de la carrera. Estos proyectos a la postre facilitarían los trabajos de tesis debido a la experiencia obtenida en los estudios.

Buscar una integración entre los proyectos de Diseño Gráfico e Industrial dentro de la carrera universitaria sería de gran ayuda, ya que permitirían una perspectiva más real del trabajo a futuro y se obtendrían profesionales más completos.

Para este proyecto se plantearon varios elementos mediante los cuales las personas de la ciudad y los foráneos puedan conocer más a fondo Esmeraldas y todo lo que puede ofrecer esta plaza turística. Una guía turística interactiva y señalética que se complementen permitiendo a los turistas un recorrido más sencillo por todos los sitios de interés del cantón, es la parte fundamental de este trabajo.

La implementación de una imagen corporativa y material visual que represente todas las bondades naturales y la cultura esmeraldeña conservada casi intacta es muy importante para el desarrollo del cantón. Mediante esta imagen se busca incentivar a la gente del cantón a colaborar con el desarrollo general de la ciudad y que todos entiendan que esto no solo depende del trabajo de las instituciones públicas sino de la colaboración de todos sus habitantes.

El desarrollo de mobiliario urbano con el propósito de complementar la imagen global del cantón y embellecerla de manera más visible con objetos que le otorguen a Esmeraldas esa identidad que requiere.

Referencias

- Alcaldía Mayor de Cartagena de Indias (s.f.) Cartagena de Indias. Recuperado el 15 de octubre de 2011 de <http://www.cartagenadeindias.travel>
- Burdek, B. (1994). *Diseño, teoría y práctica del Diseño Industrial*. España: Ed. G. Gilli, S.A. de CV.
- Costa, J. (2003). *Diseñar para los ojos*. La paz, Bolivia: Grupo Editorial Design.
- Costa, J. (1989). *Enciclopedia del diseño: Señalética*. Barcelona, España: Edit. Ceac.
- Cruz, A y Garnica, A. (2006). *Ergonomía aplicada*. Ecoe Ediciones.
- Cruz, A y Garnica, A. (2001). *Principios de Ergonomía*. Bogota, Colombia: Universidad de Bogotá.
- Diario El Ciudadano (2011). Malecón de Tachina. Recuperado el 8 de julio de 2012 de <http://www.elciudadano.gob.ec>
- Fernández, A. (1998). *Producción y diseño gráfico para la world wide web*. Barcelona, España: Paidós Ibérica S.A.
- Gayo, D. (200). *Diseño gráfico de páginas web*. Oviedo, España: Universidad de Oviedo.
- Gobierno de Cancún (s.f.). Cancun. Recuperado el 18 de octubre del 2011 de <http://www.cancun.gob.mx>.
- Gobierno Provincial de Manabí (s.f.). Manabi. Recuperado el 16 de octubre de 2011 de <http://www.manabi.gob.ec>.
- Gobierno Provincial de Santa Elena (s.f.). Salinas. Recuperado el 16 de octubre de 2011 <http://www.santaelena.gob.ec>.
- Groover, M. (1997). *Fundamentos de manufactura moderna: Materiales, Procesos y Sistemas*. Naucalpan de Juárez, México: Pearson Educación
- Jiménez, J. (2007). *Mercadeo.com*, apuntes prácticos sobre imagen, mercadeo y ventas para empresarios y gerentes. Caracas, Venezuela: Cograf.
- La Hora (2011). Playa de las Palmas. Recuperado el 23 de febrero de 2012 de http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101206170/-1/%E2%80%98Las_Palmas%E2%80%99_y_su_estancamiento_.html
- Loor, M. (1990). *Conoce tu provincia*. Esmeraldas, Ecuador.

- Mariño, R. (2005). *Diseño de páginas Web y diseño gráfico: Metodología y técnicas para la implementación de sitios web y diseño gráfico*. España: Ideaspropias
- Masías, R. (2008). *Esmeraldas, tradiciones y verdades*. Esmeraldas, Ecuador.
- Miralbell, O., González, J., Arcarons, R., Capellà, J., González, F. & Pallas, J. (2010). *Gestión pública del turismo*. Barcelona, España: Editorial UOC.
- Municipalidad de Guayaquil. (2012). Guayaquil. Atracciones. Recuperado de <http://www.visitaguayaquil.com>.
- Municipalidad de Esmeraldas (s.f.). Esmeraldas. Recuperado el 15 de enero de 2013 de <http://www.municipioesmeraldas.gob.ec>.
- Muñoz, F. (2003). *El turismo explicado con claridad*. Libros en red.
- Navarro, J. (2007). *Fundamentos del diseño*. Castellón de la Plana, España: Universidad Jaime I.
- Prefeitura do Rio de Janeiro. (2011). Playas de Rio. Recuperado el 3 de noviembre de 2011 de <http://www.rioguiaoficial.com.br/es/rio-de-janeiro/praias>
- Preysi (s.f). Comparativo de productos-Dibon. Recuperado el 18 de diciembre de 2012 de http://www.preysi.com/docs/comparativo_entre_produtos290607.pdf
- Quarente, D. (1992). *Diseño industrial 2 Elementos teóricos*. España: Edit. Ceac.
- Ricupero, S. (2007). *Diseño gráfico en el aula*. Buenos Aires, Argentina: Nobuko.
- Rodríguez, A. (2009). *Periodismo turístico análisis del turismo a través de las portadas*. Barcelona, España: Editorial UOC.
- Rodríguez, J., Castro, L. y Del Romero, J. (2007). *Procesos industriales para materiales no metálicos*. Madrid, España: Editorial Visión Net
- Ruiz, E. & Solis, D. (2007). *Turismo comunitario en Ecuador: Desarrollo y Sostenibilidad Social*. Quito, Ecuador: Abya-Yala.
- Sánchez, J. y Pintado, T. (2009). *Imagen corporativa en la gestión empresarial*. Madrid, España: Esic.

Turismo del Ecuador. (2012). Montañita. Recuperado el 4 de noviembre de 2011 de <http://www.ecuador.travel>

Anexos

Anexo I

Entrevista

Ramón Masías: Historiador, escritor y funcionario del ministerio de educación de Esmeraldas.

Fecha: Miércoles 18 de Enero del 2012.

¿Cuáles son los motivos por los que considera que Esmeraldas tiene poca afluencia de turismo?

Principalmente por la falta de inversión de parte de las instituciones. No podemos esperar que las personas de afuera quieran visitarnos cuando no hay interés en mejorar lo que posee Esmeraldas. Un ejemplo de esto es el mal estado del malecón de Las Palmas debido a la falta de mantenimiento por parte del Municipio y de los mismos moradores del sector, que a pesar de lucrar de la gente que llega a sus negocios no tiene interés de limpiar la arena acumulada en su sector de trabajo. No podemos esperar que las instituciones públicas hagan todo el trabajo, es necesario un trabajo conjunto de todos los esmeraldeños.

La mala publicidad que ha ganado Esmeraldas con el paso de los años es otra de las causantes de tener pocos turistas visitándonos. Nunca vemos noticias positivas de Esmeraldas, los canales de televisión solo muestran aspectos negativos. En los feriados es constante escuchar acerca de los agujajes y problemas de seguridad mientras dan alternativas de otros lugares que pueden visitar. Esto provoca que las personas piensen dos veces antes de visitar Esmeraldas.

Todos estos problemas han causado que empresarios no inviertan en el cantón. El caso de los hoteleros que quebraron o simplemente decidieron dedicarse a otras actividades y dejar de invertir en negocios que no daban réditos económicos.

El turismo que posee Esmeraldas es interno y son contados los visitantes foráneos, que son principalmente grupos pequeños de estudiantes que viajan en temporadas bajas.

¿Cuáles son los principales atractivos turísticos que posee el cantón Esmeraldas?

Esmeraldas tiene un sinnúmero de atractivos turísticos para toda clase personas. Balnearios, como la playa de Las Palmas que se encuentra dentro de la ciudad, las playas y ríos de la zona rural, son varios sitios que pueden visitar los turistas amantes de la naturaleza.

Los museos, para aquellas personas que buscan conocer un poco de la historia de la provincia de Esmeraldas. La marimba esmeraldeña, reconocida a nivel mundial. Su gastronomía, una de las más apetecidas del país. Son muchos los atractivos que las personas pueden disfrutar en Esmeraldas.

¿Qué ventajas posee el cantón Esmeraldas a la hora de competir con otros destinos del país?

La principal ventaja es la facilidad con la que las personas pueden acceder a los distintos lugares del cantón. Poder recorrer todos los balnearios en un solo día es algo que ninguna otra ciudad puede ofrecer.

La cultura esmeraldeña se destaca claramente al ser de los pocos lugares del país en los que se mantienen vivas sus costumbres. Hay que reconocer que desde el municipio se han incentivado las expresiones culturales, a través de la creación de varios proyectos, como el conservatorio municipal donde los niños aprenden a tocar instrumentos típicos de la marimba o el festival internacional de marimba que se realiza todos los carnavales.

La unión de todos estos elementos convierte a Esmeraldas en uno de los lugares con mayores atributos del país y si son trabajados de manera adecuada puede competir con cualquier otro destino.

¿Cree que es factible realizar un proyecto para fomentar el turismo de Esmeraldas?

Con todo lo mencionado anteriormente está más que evidenciada la necesidad de desarrollar proyectos que busquen atraer el turismo al cantón.

Es claro que Esmeraldas tiene las características necesarias para ser uno de los principales atractivos del país. Es un desperdicio tener tanto dentro de la ciudad y no saber venderlo, no es posible que Esmeraldas no reciba ingresos del turismo.

Es importante que se realice un proyecto turístico que abarque todo el cantón y sería bueno incluir a aquellos personajes que han sido pilares importantes para el desarrollo del cantón y la provincia.

Anexo II

Entrevista

Yuli Martínez: Encargada del área de proyectos del Ministerio de Turismo de Esmeraldas.

Fecha: Lunes 30 de Enero del 2012

¿Cuáles son los motivos por los que considera que Esmeraldas tiene poca afluencia de turismo?

La falta de promoción es parte de los problemas. Desde el Ministerio se trata de crear elementos de promoción, pero es muy difícil, porque todo debe ser aprobado desde Quito y muchas veces los procesos se demoran.

Es importante hacer saber a la gente dónde está el cantón Esmeraldas, porque las personas creen que Esmeraldas es solo Atacames y las demás playas del norte de la provincia. El cantón Esmeraldas es la capital de la provincia y debe tener la relevancia que se merece

¿Cuáles son los principales atractivos turísticos que posee el cantón Esmeraldas?

Esmeraldas posee muchas oportunidades para el turismo, desde su cultura hasta sus playas.

El Ministerio ha buscado potenciar esos atractivos con actividades como el festival de gastronomía Esmeraldeña, que se lo realizará todos los años.

Un sector olvidado era Tachina pero con la creación del proyecto del “Malecón de Tachina” se va a dar mucho realce a la zona y sus atractivos.

¿Qué ventajas posee el cantón Esmeraldas a la hora de competir con otros destinos del país?

Su principal ventaja es el conjunto de atractivos que posee el cantón. Acumular atractivos turísticos y además tener todas las instituciones dentro de la ciudad, es una clara ventaja ante las demás ciudades.

Esmeraldas ofrece las comodidades de una ciudad con todos los servicios y además la naturaleza a pocos metros.

¿Cree que es factible realizar un proyecto para fomentar el turismo de Esmeraldas?

Si es factible y es importante atraer el turismo a Esmeraldas. Como mencionaba anteriormente la falta de promoción ha sido el gran problema del cantón y es importante que mediante proyectos que busquen dar a conocer los lugares y actividades turísticas se beneficie a todo el cantón.

Anexo III

Entrevista

Lic. Jorge Estupiñán: Jefe de Turismo del Municipio de Esmeraldas

Fecha: Martes 7 de Febrero del 2012

¿Cuáles son los motivos por los que considera que Esmeraldas tiene poca afluencia de turismo?

La razón principal es que tenemos muy cerca playas que son reconocidas a nivel nacional. Atacames y Tonsupa reciben un gran porcentaje de turistas, esto hace muy difícil la competencia, ya que tienen infraestructura adecuada para recibir a todos los visitantes y su población está preparada para ofrecer todos los productos y servicios que necesitan los turistas. Es muy difícil competir con una de las mejores playas del país (Atacames).

Aún tenemos que desarrollar mejor infraestructura para poder recibir un número grande de turistas y promocionar de mejor manera los lugares y actividades del cantón.

¿Cuáles son los principales atractivos turísticos que posee el cantón Esmeraldas?

Sin duda la marimba es nuestro mayor atractivo, hemos sido reconocidos por años debido a esto. Es por esto que desde el Municipio se han invertido todos los esfuerzos para mantener viva la cultura Afro.

Además poseemos dentro del cantón varios balnearios que la gente puede disfrutar. Nuestra comida, entre otros.

¿Qué ventajas posee el cantón Esmeraldas a la hora de competir con otros destinos del país?

Nuestra principal ventaja es la marimba y la cultura Afro. La gente puede disfrutar de la marimba gran parte del año y es algo que no se da en todos lados.

Playas hay en todo el país, pero poder disfrutar de la cultura de un pueblo es un lujo que no todos pueden darse.

¿Cree que es factible realizar un proyecto para fomentar el turismo de Esmeraldas?

Claro que es factible, todo lo que pueda beneficiar al cantón es importante. Mayor turismo genera mayores ingresos y es dinero que beneficia a todos los habitantes de Esmeraldas.