



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

**FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA**

**CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO**

Proyecto Integrador previo a la obtención del Título de  
Diseñador Gráfico Publicitario

**“Diseño gráfico y su aporte al reconocimiento de los lugares turísticos de la ciudad  
de Ambato”.**

**Autora:** Chang Villacís, Nicole Alejandra

**Tutor:** Dis.Mg. Ruiz Pérez, Christian Gabriel

**Ambato – Ecuador**

**Febrero, 2021**

## CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto Técnico sobre el tema: “**Diseño gráfico y su aporte al reconocimiento de los lugares turísticos de la ciudad de Ambato**” de la alumna Nicole Alejandra Chang Villacís, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico Publicitario, considero que dicho proyecto reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, febrero del 2021

EL TUTOR



Dis.Mg. Ruiz Pérez, Christian Gabriel

C.C.: 1802808329

## AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto Técnico “**Diseño gráfico y su aporte al reconocimiento de los lugares turísticos de la ciudad de Ambato**” como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de éste trabajo de grado.

Ambato, febrero del 2021

LA AUTORA



.....  
Chang Villacís Nicole Alejandra

C.C.: 1803535846

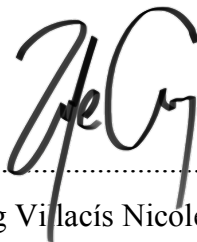
## **DERECHOS DE AUTOR**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de éste Proyecto Técnico o parte de él un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos patrimoniales de mi Proyecto Técnico, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autora

Ambato, febrero del 2021

LA AUTORA



.....  
Chang Villacís Nicole Alejandra

C.C.: 1803535846

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto I, sobre el tema “**Diseño gráfico y su aporte al reconocimiento de los lugares turísticos de la ciudad de Ambato**” de Nicole Alejandra Chang Villacís, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico Publicitario, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, febrero del 2021

Para constancia firman

---

Nombres y Apellidos

PRESIDENTE

---

Nombres y Apellidos

MIEMBRO CALIFICADOR

---

Nombres y Apellidos

MIEMBRO CALIFICADOR

## **DEDICATORIA**

*Dedico este trabajo de titulación a mis padres y mi hermano,  
quienes has sido mi guía para alcanzar mis metas.*

*Dedico a mi esposo por ser un gran apoyo en mi crecimiento personal y profesional  
y finalmente a mi hija quien es inspiración y alegría de mi vida.*

## ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA .....	iii
DERECHOS DE AUTOR .....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
ÍNDICE GENERAL .....	vii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	x
ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE IMÁGENES.....	xii
RESUMEN EJECUTIVO .....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
INTRODUCCIÓN .....	1

## CAPÍTULO I

1. ANTECEDENTES .....	2
1.1. Tema.....	2
1.2. Planteamiento del problema .....	2
1.3. Justificación del proyecto .....	3

1.4.	Objetivos .....	5
------	-----------------	---

## **CAPÍTULO II**

<b>2.</b>	<b>MARCO REFERENCIAL .....</b>	<b>6</b>
2.1.	Estado de la cuestión .....	6
2.2.	Enfoque social del diseño .....	9
2.3.	Marco Conceptual .....	10

## **CAPÍTULO III**

<b>3.</b>	<b>INVESTIGACIÓN DE MERCADO .....</b>	<b>21</b>
3.1.	Análisis externo .....	21
3.1.1.	Análisis PEST.....	21
3.1.2.	Tendencias.....	27
3.1.3.	Segmentación del mercado potencial .....	28
3.1.4.	Análisis del sector y del mercado de referencia .....	29
3.1.5.	Índice de saturación del mercado potencial.....	29
3.1.6.	Análisis estratégico de la competencia.....	30
3.2.	Análisis interno.....	32
3.2.1.	Análisis FODA .....	32
3.2.1.1.	Matriz FODA.....	33
3.2.1.2.	Cuadro resumen del análisis FODA .....	50

## **CAPÍTULO IV**

<b>4.</b>	<b>DISEÑO METODOLÓGICO .....</b>	<b>51</b>
4.1.	Método.....	51
4.1.1	Enfoque del proyecto.....	51



4.2	Fuentes de Investigación .....	52
4.3	Modalidad de la Investigación.....	52
4.4	Técnicas de Investigación.....	53
4.5	Instrumentos de Investigación .....	53
4.6	Población y Muestra .....	54
4.7	Análisis e interpretación de resultados .....	56

## **CAPÍTULO V**

<b>5</b>	<b>DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....</b>	<b>67</b>
5.1	Descripción general del proyecto. ....	67
5.2	Objetivos .....	68
5.3	Concepto.....	68
5.4	Descripción Técnica del producto .....	69
4.5.	Acabados .....	74
5.6.	Jerarquía .....	75
5.7	Funcionalidad .....	75
5.8	Expresión creativa .....	76
5.9	Valor agregado / propuestas de valor. ....	76
5.10	Materiales e Insumos.....	77
5.10.1	Presupuesto.....	77
5.10.2.	Rentabilidad .....	78
4.11.	Construcción del prototipo. ....	82

## **CAPÍTULO VI**

<b>6</b>	<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>92</b>
	<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>96</b>
	<b>ANEXOS.....</b>	<b>98</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico N.-1</b> Árbol de problemas.....	9
<b>Gráfico N.-2</b> Psicología del color.....	31
<b>Gráfico N.-3</b> Sitios turísticos, emblemáticos e históricos de Ambato.....	56
<b>Gráfico N.-4</b> Frecuencia de visita.....	57
<b>Gráfico N.-5</b> Recepción de material turístico.....	58
<b>Gráfico N.-6</b> Calificación.....	59
<b>Gráfico N.-7</b> Elaboración de guía turística.....	60
<b>Gráfico N.-8</b> Presentación del material.....	61
<b>Gráfico N.-9</b> Material Digital.....	62
<b>Gráfico N.-10</b> Material Impreso.....	63
<b>Gráfico N.-11</b> Acceso gratuito o pagado.....	65

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla N.-1</b> Sitios turísticos, emblemáticos e históricos de Ambato.....	56
<b>Tabla N.-2</b> Frecuencia de visita.....	57
<b>Tabla N.-3</b> Recepción de material turístico.....	58
<b>Tabla N.-4</b> Calificación.....	59
<b>Tabla N.-5</b> Elaboración de guía turística.....	60
<b>Tabla N.-6</b> Presentación del material.....	61
<b>Tabla N.-7</b> Material Digital.....	62
<b>Tabla N.-8</b> Material Impreso.....	63
<b>Tabla N.-9</b> Acceso gratuito o pagado.....	65
<b>Tabla N.-10</b> Costos de producción.....	76
<b>Tabla N.-11</b> Proyección de Ingresos y Gastos.....	79
<b>Tabla N.-12</b> Cálculo de la TMAR.....	79
<b>Tabla N.-13</b> Cálculo del VAN.....	80
<b>Tabla N.-14</b> VAN ingresos.....	81
<b>Tabla N.-15</b> VAN egresos.....	81
<b>Tabla N.-16</b> Costo Beneficio.....	81
<b>Tabla N.-17</b> Pay Back.....	82

## ÍNDICE DE IMÁGENES

<b>Imagen N.-1</b> Imagotipo, aplicación principal.....	68
<b>Imagen N.-2</b> Imagotipo, aplicaciones secundarias.....	68
<b>Imagen N.-3</b> Tipografía Report, bold / regular.....	69
<b>Imagen N.-4</b> Estilo ilustración lineal catedral de Ambato.....	69
<b>Imagen N.-5</b> Paleta cromática.....	70
<b>Imagen N.-6</b> Estilos tipográficos.....	71
<b>Imagen N.-7</b> Retícula de una y dos columnas para guía turística.....	71
<b>Imagen N.-8</b> Retícula de una y dos columnas para tarjeta postal.....	72
<b>Imagen N.-9</b> Prototipo, libro de bolsillo guía turística “Recorrido por Ambato”.....	82
<b>Imagen N.-10</b> Inserto mapa de la ciudad .....	83
<b>Imagen N.-11</b> Código QR Guía Turística .....	83
<b>Imagen N.-12</b> Postales con ilustraciones de la ciudad .....	84
<b>Imagen N.-13</b> Bolsa papel kraft.....	85
<b>Imagen N.-14</b> Camisetas conmemorativas.....	86
<b>Imagen N.-15</b> Gorras.....	87
<b>Imagen N.-16</b> Chapas.....	88
<b>Imagen N.-17</b> Exhibidor.....	89

## **RESUMEN EJECUTIVO**

La presente investigación tiene como objetivo principal elaborar una guía turística de los lugares históricos y emblemáticos de la ciudad de Ambato. Este proyecto permitirá mejorar la economía local e incrementar el flujo de turistas; además aprovechar las relaciones de acercamiento entre Ambato y otras ciudades promovidas por la Municipalidad. El proyecto ha sido elaborado con base a la metodología cualitativa y cuantitativa, utiliza como herramienta la encuesta que busca proponer un modelo de material editorial acorde a las necesidades y expectativas de la población. Al finalizar el capítulo V se obtuvo un VAN positivo de \$3019.36 y un costo beneficio de \$0.26 centavos adicionales por cada dólar invertido, lo que comprueba la factibilidad del proyecto. La elaboración de una guía turística para la ciudad de Ambato, es viable y pretende contribuir al desarrollo de la ciudad y el país.

**PALABRAS CLAVE: GUÍA TURÍSTICA, DISEÑO EDITORIAL, DISEÑO GRÁFICO, AMBATO**

## **ABSTRACT**

The objective of this research project is to develop a touristic guide of the historic and emblematic places of Ambato. This research will help to improve the local economy and increase the tourism and tourist flow, Furthermore, it will leverage established diplomatic relations between Ambato and other cities. This project made use of qualitative and quantitative research methods, using tools such as surveys, to form a proposal editorial material according to people's needs. The feasibility analysis obtained a positive NPV of \$3019.36 and a cost/benefit of an additional \$0.26 on every dollar invested. These values verify the feasibility of the proposal. The elaboration of a touristic guide of Ambato is viable and would contribute to the development of the local economy and the country.

**KEYWORDS: TOURISTIC GUIDE, EDITORIAL DESIGN, GRAPHIC DESIGN, AMBATO.**

## **INTRODUCCIÓN**

El presente trabajo investigativo tiene como fin elaborar una guía de los lugares turísticos y emblemáticos de la ciudad de Ambato, para ello es necesario la realización de una secuencia de pasos, los cuales están estructurados de la siguiente manera:

Capítulo I: conformado por los objetivos que se esperan alcanzar, la definición del problema, justificación del por qué éste amerita investigación, su contextualización a diferentes niveles y el análisis crítico.

Capítulo II: los fundamentos teóricos, compilan bibliografía de las investigaciones ya realizadas y el estado del arte que guardan relación con la temática a indagar, se incluye también bibliografía referente a turismo.

Capítulo III: reúne todo el desarrollo referente a la investigación del mercado efectivo y presenta las opiniones recopiladas a través de la encuesta y el estudio de la situación actual del turismo en la ciudad.

Capítulo IV: desarrolla, la modalidad, las fuentes, los instrumentos, el enfoque y los el enfoque aplicado para desarrollar el proyecto y lo de resultados de la tabulación de los datos obtenidos en la encuesta.

Capítulo V: la propuesta compila el desarrollo práctico de los conceptos de diseño gráfico y la presentación de la guía elaborada.

Finalmente se adjuntan los anexos y se emiten las conclusiones y recomendaciones.

# CAPÍTULO I

## 1. ANTECEDENTES

### 1.1. Tema

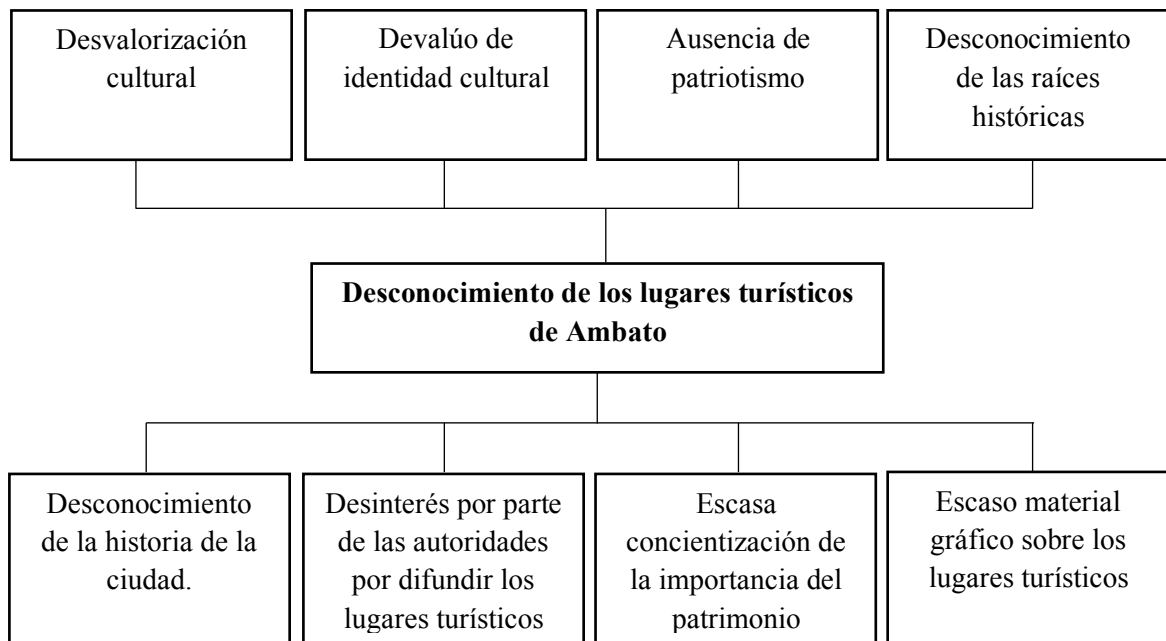
Diseño gráfico y su aporte al reconocimiento de los lugares turísticos de la ciudad de Ambato.

### 1.2. Planteamiento del problema

La ciudad de Ambato cuenta con una gran riqueza cultural la cual nace de su historia, tradiciones, festividades, personajes y sin duda sus lugares. Lamentablemente con el paso del tiempo la historia cultural de Ambato se ha visto afectada y desvalorizada por una escasa difusión de la misma. Rescatar la historia y promover la difusión de los lugares turísticos de Ambato evidentemente contribuye con la identidad cultural de la ciudad, destacando su importancia histórica tanto como su belleza natural y arquitectónica.

Si bien es cierto la ciudadanía siente un profundo orgullo de formar parte de Ambato, pero ¿Qué tanto conoce la ciudadanía los lugares turísticos?, ¿Conoce la historia que lleva cada uno de ellos? Resulta desconcertante ver que la ciudadanía ambateña presenta respuestas vacías ante estas preguntas. Conocer el patrimonio cultural permite comprender una parte importante de quienes somos.





**Gráfico N.-1:** Árbol de problemas.

Es importante que esta información se transmita a todos los jóvenes quienes son los voceros de la ciudad, elaborar material que permita a cada uno de ellos conocer los lugares y su historia para así lograr transmitir a nuevas generaciones y extranjeros la riqueza cultural de la ciudad de Ambato.

### **1.3. Justificación del proyecto**

La necesidad de estudiar el tema planteado nace de la falta de información turística y cultural disponible en Ambato, lo cual ha significado que la población desconozca su

identidad y su sentido de pertenencia sea incipiente, situación que se ve mayormente reflejada en las nuevas generaciones.

Los lugares turísticos forman parte importante de la cultura de la sociedad, contribuyen a un reconocimiento de identidades y una transmisión del mismo entre las generaciones. Con la presente investigación se pretende establecer un medio basado en el diseño editorial que permita la información, la protección y la promoción del patrimonio cultural, mismo que permita fomentar la identidad de la ciudad en la memoria colectiva.

Con base a estas premisas se pretende conocer como el diseño editorial aportará en el reconocimiento de los lugares turísticos de la ciudad de Ambato. El sustento legal en el cual se fundamenta la presente investigación es la Constitución de la República del Ecuador, y la Ley de Turismo, normativa que menciona la importancia de la comprensión de la cultura singular o plural.

## **1.4. Objetivos**

### **1.4.1. Objetivo general**

Desarrollar material editorial mediante la ejecución de diversas técnicas del diseño gráfico para el reconocimiento de los lugares turísticos de la ciudad de Ambato.

### **1.4.2. Objetivos específicos**

- Identificar la situación de conocimiento actual de los lugares turísticos de la ciudad de Ambato.
- Investigar técnicas y tendencias del diseño gráfico que permitan generar material editorial
- Desarrollar la propuesta editorial que permita a los usuarios conocer los lugares turísticos de la ciudad de Ambato.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO REFERENCIAL

#### 2.1. Estado de la cuestión

El valor de la identidad histórico cultural de las naciones atraviesa un momento crítico, pues, los seres humanos con el transcurso del tiempo van cambiando de costumbres, tradiciones y alejándose de sus raíces, situaciones que acarrearán a que poco a poco pierdan su identidad, la de su país y pueblo de origen, todos estos factores son el resultado de la globalización, término definido como: el proceso social económico y cultural a través del cual se crean vínculos transnacionales a través del cual se pone en un primer plano culturas extranjeras y se desvaloriza la propia (Beek, 2018)

Un estudio realizado por la Universidad Rafael Landívar sugiere que una buena práctica para promover el conocimiento de la historia de los países, ya sea para el turista local como internacional, es a través de la difusión de material editorial, el cual genera un mayor impacto en el difusor, la investigación concluye con los siguientes datos: un 83% del aprendizaje se logra a través del uso del sentido visual, y tan solo un 11% a través del oído (Universidad Rafael Landívar, 2017)

Por lo que trayendo al contexto de estudio de este proyecto se puede mencionar que, el material editorial que se pretende diseñar es una excelente oportunidad para difundir información turística, histórica y cultural del cantón de Ambato, de tal modo que, tanto

la ciudadanía ambateña, ecuatoriana y extranjera puedan adquirir conocimiento, compartirlo y transmitirlo a las generaciones venideras.

Si bien es cierto, Ecuador ha fortalecido su promoción turística en los últimos años a través de la campaña “All You Need is Ecuador”, la cual se activó de forma simultánea en 19 ciudades del mundo y tuvo como fin posicionar al país como un destino invaluable de clase mundial, lamentablemente, dicha promoción se enfocó en impulsar la riqueza turística y cultural de las grandes ciudades, Amazonía y de las islas encantadas reconocido emblema nacional. Motivo por el cual, la mayor parte de las ciudades restantes no alcanzaron el suficiente protagonismo para convertirse en un destino turístico atractivo del Ecuador. Sin embargo, de aquello, los resultados de esta campaña permitieron que entre 2012 -2015 crezca en un 30% el flujo de turistas internacionales con respecto al período 2008 – 2011 (Ministerio de Turismo, 2016)

De este modo, el desconocimiento y la desvalorización de la identidad cultural ha sido iniciativa para que varios estudiantes realicen estudios que permitan identificar el importante aporte del diseño gráfico para lograr rescatar y reconocer ancestros y cultura de las diferentes provincias del Ecuador.

El proyecto de investigación realizado por Lizbeth Camacho (2018) con su tema “El material audiovisual y su relación con la Identidad Histórico - Cultural del cantón Ambato” se menciona la importancia del conocimiento y difusión de la cultura y su aplicación a través de una rama del diseño gráfico, material audiovisual. Dicho proyecto concluye que de 320 personas encuestadas el 63%, es decir 201 personas no tienen

conocimientos relacionados con la historia y valor de los sitios turísticos de la ciudad, a la vez que indican no haber recibido material informativo que fomente dicho fin.

Por otro lado, el proyecto de investigación realizado por Maximiliano Munckel (2016) con el tema “Diagnóstico del sistema de información turística del cantón Ambato y su impacto en el desarrollo del sector productivo.” Nos brinda un acercamiento a la problemática y la importancia de encontrar una solución inmediata para fortalecer la identidad cultural de la ciudad. En ese proyecto se propone la elaboración de una aplicación que facilite la información de todos los lugares culturales y gastronómicos de la ciudad. Dicha investigación concluye con un dato de importante relevancia para este proyecto, el mismo que indica que el acceso a información turística en la ciudad de Ambato es escaso y limitado, ya que para solo se la puede obtener cuando se cancela determinada cantidad de dinero por el ingreso a las visitas de Quintas y casas emblemáticas.

En ambos proyectos podemos identificar la presencia de la problemática dentro de la ciudad de Ambato, sin embargo Ambato ha centrado sus miras productivas en calzado y afines y se le ha brindado importancia nula a la riqueza turística que la ciudad oferta. De este modo la cultura y la economía de la ciudad se han visto afectadas, pues no existe información que promueva a turistas y mismos ciudadanos a visitar el patrimonio cultural de la ciudad y opten por destinos que facilitan adecuada información turística.

En base a estas premisas, evidente el interés por generar un mayor flujo turístico de los lugares turísticos de la ciudad de Ambato, sin embargo, sin un material de difusión e información de los mismos, la inversión seguirá sin mostrar grandes resultados. Es por eso que en el presente proyecto, apoyado en el literal e de la Ley Orgánica de la Cultura el cual menciona “Salvaguardar el patrimonio cultural y la memoria social, promoviendo su investigación, recuperación y puesta en valor.”, se pretende elaborar un producto enfocado en el diseño gráfico que nos permita la difusión para el reconocimiento de los lugares turísticos de la ciudad de Ambato potenciando así su cultura y turismo.

## **2.2. Enfoque social del diseño**

El presente trabajo surge a partir de la falta de un material informativo idóneo que proporcione información turística y cultural sobre los lugares turísticos del cantón Ambato; y tiene como fin la provisión de un material editorial que fomente el conocimiento de la identidad histórica, la riqueza de la cultura y el reflejo de la esencia tradicional y social de los sitios emblemáticos de la ciudad.

Una publicación editorial cuenta con los medios necesarios para lograr un aprendizaje significativo, fomentar el turismo y el nivel educativo de la población joven. Por tal motivo, es fundamentalmente importante el diseño de una propuesta enfocada en el registro, conocimiento y aprendizaje de los destinos turísticos que ofrece al público local, nacional e internacional la tierra de la fruta y de las flores.

## **2.3. Marco conceptual**

### **2.3.1. Comunicación visual**

Bruno Munari (1985), manifiesta que la comunicación visual “Prácticamente es todo lo que ven nuestros ojos”, de este modo se puede entender que toda forma percibida por la vista es comunicación visual, es también un mensaje a descifrar ya sea de manera casual o intencional. La comunicación casual es aquella que no persigue fin intencional alguno, mientras que la intencional pretende brindar un mensaje concreto a un receptor específico.

El análisis de la comunicación visual aportará al presente trabajo para entender la forma en la que el ser humano percibe el mundo exterior, a la vez que facilitará la construcción de una guía turística acorde a las necesidades y requerimientos del público objetivo.

### **2.3.2. Diseño gráfico**

(Munari, 1985) manifiesta que William Adisson considerado el padre del diseño gráfico, quien a su vez lo definió como “un proceso de creación visual con un propósito”, es decir, está orientado a satisfacer exigencias específicas, es por ello que su principal objetivo es entregar un mensaje prefijado a la opinión pública a través de un producto visual, la creación no solo se enfoca a entregar un concepto estético, sino que fundamentalmente a transmitir un mensaje claro, funcional y oportuno. (pág. 27)

En resumen, se puede definir al diseño gráfico como la creación de medios visuales cuyo fin es generar una reacción persuasiva y captar la atención e interés de una muestra poblacional específica. Motivo por el cual, es importante mencionar que las propuestas de diseño deben considerar los cambios de la sociedad, las necesidades y expectativas



del mercado objetivo y las principales tendencias globales que orientan la atención de la humanidad.

### **2.3.3. Lenguaje visual:**

Acaso (2009) conceptualiza al lenguaje visual como “el código específico de la comunicación visual”, a esta definición se la puede complementar agregando que, es el interfaz que conecta al emisor con el receptor y que hace posible la generación e intercambio de información entre ellos. Las imágenes son los elementos identificativos del lenguaje visual, de allí la importancia de que estas sean lo suficientemente claras, expectantes, persuasivas y sobretodo que transmitan conocimientos, emociones y sentimientos. (pág.33)

A diferencia del lenguaje verbal, el lenguaje visual se lo aprende de manera empírica e intuitiva de allí su reconocimiento como “universal”, pues, su interpretación y significación pueden atravesar fronteras lingüísticas, diferencias sociales, culturales y educativas.

### **2.3.4. Diseño editorial:**

Cadwell y Zapaterra (2014) manifiestan que es la parte del diseño gráfico dedicada a la maquetación, diagramación, elaboración e impresión de libros, revistas u otros tipos de arte. El diseño digital tiene como principio fundamental la creación de una conexión inmediata entre el contenido de la publicación y la audiencia objetivo.

Una publicación editorial puede educar, entretener, informar, comunicar, instruir, o combinar todos estos aspectos a la vez. Para ello utiliza bloques de texto, elementos

visuales y una semántica ordenada de tal manera que capten la atención y promuevan el interés genuino del lector.

#### **2.4.5. Diagramación:**

Conocida también como maquetación, es la parte del diseño editorial encargada de proyectar los espacios adecuados en los cuales se distribuye el flujo de información escrita, visual y audiovisual; para ello hace uso de criterios simétricos, de jerarquización, y optimización. Generalmente responde a las interrogantes ¿Qué se va a diseñar? y ¿Cómo se va a distribuir?; además, busca atraer la atención del público objetivo a través de la presentación de un mensaje estético, pero sobretodo funcional. (Cadwell y Zapatero, 2014).

#### **2.4.6. Retícula:**

Herramienta fundamental del diseño editorial, define en subdivisiones horizontales y verticales a la página, constituye la base modular y el sistema de enfoque de la maquetación. Tiene como objetivo organizar y ubicar los elementos de la forma más adecuada, su uso común es en trabajos que contienen varias páginas, lo cual garantiza la simetría y coherencia visual de las mismas y acelera el proceso de diseño, utiliza modelos geométricos que establece las relaciones entre líneas y puntos. La retícula utiliza elementos como: margen, columna, medianil y campo. (Müller, 2012)

Existen varios tipos de retículas, el diseñador puede acoplarse a cualquiera de ellas de acuerdo a la necesidad que se presente, las más conocidas son:

### **Retícula de columnas**

Es de estructura muy flexible, puede variar el número de columnas en cada página y las imágenes y textos pueden ocupar una o varias columnas.

### **Retícula de bloque o manuscrito**

De estructura rectangular ocupa la mayor parte de la página, se la emplea cuando la publicación se desarrolla a base de textos largos (Tierz & Ibáñez, 2013, p. 74).

### **Retícula modular**

Portillo & Velís (2011) la conceptualizan como “una retícula de columnas con gran número de líneas de flujo horizontales que subdividen las columnas en filas, creando una matriz de celdas que se denominan módulos” (p. 15).

### **Retícula jerárquica**

Romero (2013) afirma “Es la retícula más conveniente para productos editoriales temporales que necesitan captar la mayor atención del público para el día de un evento o presentación” (p. 130).

#### **2.4.7. Formatos:**

Compendio de estructuras y características técnicas que utiliza un conjunto de aspectos de forma y apariencia para diferenciar a una entidad de otra, el formato considera

también la modalidad de impresión que se utilizará en la creación y realización del arte en general. (Müller, 2012)

#### **2.4.8 Márgenes:**

Portillo & Velís (2011) afirman que un margen es el espacio libre que queda a los 4 lados de la mancha y se denominan corte, lomo, cabeza y pie, la correcta utilización de estos es fundamental para lograr una realización adecuada, uniforme y estética. Los márgenes más utilizados debido a su indemnidad artística son:

- **Márgenes uniformes:** son los que quedan igualados de los 2 lados, es decir el lomo mide la mitad que el resto de los márgenes.
- **Márgenes especiales:** desplazan la mancha hacia el borde superior, el lomo ocupa la mitad del margen de los lados.
- **Márgenes tradicionales:** son los más comúnmente utilizados proveen una proporción adecuada entre la mancha del texto y tamaño de la página.

#### **2.4.9. Composición**

Cadwell y Zapaterra (2014) la definen como la distribución adecuada, ordenada y equilibrada de todos los elementos dentro del espacio visual. Es importante mencionar que los caracteres colocados en la parte derecha y en la inferior de una composición son los que mayor impacto y avance visual generan, mientras que los elementos situados en el lado izquierdo o en la parte superior sugieren una sensación de ligereza. En la actualidad no existe composición perfecta, cada una dependerá del buen juicio del

diseñador, por lo tanto, es importante tener en claro los criterios de equilibrio y proporción.

El peso de un elemento no se determina únicamente por su tamaño, sino por el lugar en el que se lo ubica frente a los demás. Cada forma representada en una composición ejerce el papel de un peso visual que ejerce una fuerza óptica en el lector. (Romero, 2013).

#### **2.4.10. Tipografía**

Desde los tiempos de Gutenberg ha sido considerada como la base de la comunicación gráfica, es la técnica y arte de comunicar ideas y generar emociones a través de la palabra escrita, es también el distintivo que promueve el desarrollo de sensaciones en el receptor del mensaje. (Müller, 2012)

Para que una publicación editorial alcance el éxito deseado la tipografía utilizada debe tener las siguientes características:

- **Legibilidad:** para que el mensaje se transmita de manera eficaz.
- **Funcionamiento:** el mensaje debe impulsar emociones, deseos y expectativas en el lector a través de la palabra.

#### **2.4.11. Color**

La Real Academia de la Lengua Española (2019), define al color como

“La sensación producida por los rayos luminosos que impresionan los órganos visuales y que dependen de la longitud de onda, propiedad de la luz transmitida, reflejada y emitida por un objeto; sustancia preparada para teñir o pintar”

El uso adecuado del color es de vital importancia para que la publicación resulte lo suficientemente atractiva y persuasiva en el lector, los colores representan un sinfín de emociones e influyen de manera directa en la percepción de la realidad, pues, transmiten mensajes y generan sentimientos en particular. De allí el criterio invaluable del diseñador para dar vida a la editorial a través de la elección correcta del color.

### Psicología del color

Campo que se encarga del análisis de la forma en la que cada color genera y representa en la percepción y conducta de los individuos. Sin embargo, un mismo color puede ser percibido de forma diferente por un grupo de personas, esto estará determinado por su edad, nivel de educación, cultura, grupo social (Portillo & Velis, 2011)

En la ilustración que se presenta a continuación se puede observar el significado de los colores.

<b>PSICOLOGÍA DEL COLOR</b>				
<b>Amarillo</b>	<b>Rojo</b>	<b>Azul</b>	<b>Naranja</b>	<b>Verde</b>
Arrogancia	Pasión	Inteligencia	Energía	Salud
Amistad	Agresividad	Fidelidad	Entusiasmo	Naturaleza
Fuerza	Prohibición	Constancia	Diversión	Tranquilidad
<b>Blanco</b>	<b>Negro</b>	<b>Marrón</b>	<b>Violeta</b>	<b>Rosa</b>
Pureza	Exclusividad	Simplicidad	Espiritualidad	Amor
Inocencia	Lujo	Seriedad	Sofisticación	Calma
Modestia	Ira	Solidaridad	Fantasía	Sensibilidad

**Gráfico N.-2:** Psicología del color

#### 2.4.12. Imagen

Son símbolos y formas que definen la realidad, no solo representan algo físico, sino un valor perceptual y sentimental, más allá de representar elementos de decoración, la imagen es el hilo que atrae la atención del espectador, pues, tiene el poder de generar una conexión y proveer un mensaje profundo sin siquiera el uso de una palabra (Eladio, 2009)

Los tipos de imágenes más comúnmente utilizados son:

- **Vectoriales:** tienen un punto de inicio y una de fin.
- **Imágenes en mapa de bits:** desarrolla la imagen a través de pixeles.
- **Infografías:** son recursos didácticos como tablas, mapas y símbolos que representan un contenido específico.
- **Tablas y gráficas:** se emplean para representar gráficos estadísticos, económicos y matemáticos.
- **Fotografías:** generalmente son de autoría propia, reflejan una percepción más sólida y amplia de una realidad.
- **Dibujos e historietas:** son las más indicadas para crear una conexión con el lector, pues, son graciosas, llamativas y fáciles de entender.
- **GIFs:** son fotogramas que interactúan entre sí crean una animación que dura segundos pero que no utiliza ningún sonido.

#### 2.4.13. Ilustración

Antes de la aparición de la fotografía, la ilustración fue la protagonista del diseño, pues, brindaba la facilidad de crearla manualmente y tenía la ventaja de transmitir un mensaje

claro y propicio a la opinión pública. Laing (2010), puntualiza que “Una ilustración es utilizada en el diseño de carteles, publicaciones y similares para informar, llamar la atención o para las dos cosas” (p. 56).

Para completar el concepto visual de una ilustración resulta importante e imprescindible utilizar la infinidad de creaciones gráficas, las formas y las tendencias actuales de acuerdo a lo que sea transmitir y representar.

#### **2.4.14. Fotografía**

Eladio (2009), afirma que la fotografía es “la captación de momentos puntuales que nunca se volverán a repetir, es también la representación gráfica de una realidad específica” (p. 12). Una fotografía ayuda a fortalecer el pensamiento de un producto, ya que facilita la comprensión y conceptualiza al generar la conexión visual entre la imagen y el usuario. Existen varios casos en donde una sola fotografía es la protagonista de una editorial pues, tiene la capacidad de transmitir un mensaje profundo sin siquiera hacer uso de una sola palabra.

#### **2.4.15. Turismo:**

“El turismo es una combinación de actividades, servicios e industrias que genera una experiencia de viaje” (Goeldner & Ritchie, 2011, pág. 6)

Goeldner & Ritchie (2011) mencionan que la Organización Mundial de Turismo lo define como “Las actividades de las personas que viajan y permanecen en lugares fuera de su ambiente usual durante no más de un año consecutivo con fines de gozar de tiempo libre, negocios u otros.” (pag.8)



Para una mejor comprensión y utilización de este concepto se lo dividirá en sus principales áreas de estudio.

- **Turismo social:** se caracteriza por viajes que tienen como fin último el ocio con un fin mínimo de cultura.
- **Turismo de aventura:** es totalmente experiencial, está asociado a entornos naturales de interés social combinado con actividades deportivas, puede subdividirse de acuerdo al medio en el que se desarrolla aventura aérea, aventura acuática, aventura terrestre.
- **Turismo cultural:** es el de mayor calidad, pues su aporte va más allá del ocio y la diversión, en párrafos posteriores se lo conocerá ampliamente.
- **Turismo gastronómico:** su objetivo es promover el desarrollo de empresas turísticas que generen experiencias de vida a través de los sabores propios de cada lugar.

#### **2.4.16. Turismo cultural:**

Goeldner & Richie (2011) definen al turismo cultural como “Aquel viaje motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico”

La OMT (2020) conceptualiza al turismo cultural “como un movimiento de personas esencialmente por una motivación cultural, tal como el viaje de estudios, representaciones artísticas, festivales u otros eventos culturales, visitas a lugares y

monumentos, folklore, arte o peregrinación” La principal ventaja para disfrutar de este tipo de turismo, es la cualidad de su atemporalidad.

#### **2.4.17. Sociología del turismo**

Goeldner & Richie ( 2011) la conceptualizan como

“La vertiente sociológica que estudia al turismo como factor de desarrollo económico y socio cultural y su influencia en los comportamientos sociales, la población y las instituciones, para sugerir ideas que aporten planes, normas y acciones que faciliten la gestión y el desarrollo de las ciudades y pueblos” (p.98)

#### **2.4.18. Guía turística**

Conocida también como una “embajadora cultural” o la “cara” de un pueblo es un documento informativo que proporciona detalles sobre un lugar, localidad, área geográfica o destino, tiene como misión fundamental educar e interpretar los aspectos turísticos, el patrimonio y los bienes de interés de un país o localidad. (Goeldner & Richie, 2011)

## **CAPÍTULO III**

### **3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

#### **3.1. Análisis externo**

En este apartado se identificará y estudiará las variables sectoriales, locales e internacionales que inciden de manera directa e indirectamente en una empresa y sobre los cuales no tiene control la misma. (Sapag Chain, 2011)

##### **3.1.1. Análisis PEST**

A continuación se realiza un análisis de los factores externos que pueden influir tanto de manera positiva como negativa en la ejecución del presente proyecto.

###### **3.1.1.1. Entorno político / legal**

En la Estrategia Territorial Nacional se tiene definido el desarrollo primario consolidado con enclaves industriales y/o turísticos, caracterizado por contar con un nivel de variación primario productivo, lo cual orienta a incursionar en niveles básicos de industrialización, manufactura y turismo.

De igual manera, la Constitución de la República del Ecuador, 2008 menciona:

**Art. 21.-** Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas.

**Art. 379.-** Son parte del patrimonio cultural tangible e intangible relevante para la memoria e identidad de las personas y colectivos, y objeto de salvaguarda del Estado, entre otros:

1. Las lenguas, formas de expresión, tradición oral y diversas manifestaciones y creaciones culturales, incluyendo las de carácter ritual, festivo y productivo.
2. Las edificaciones, espacios y conjuntos urbanos, monumentos, sitios naturales, caminos, jardines y paisajes que constituyan referentes de identidad para los pueblos o que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.
3. Los documentos, objetos, colecciones, archivos, bibliotecas y museos que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.
4. Las creaciones artísticas, científicas y tecnológicas.

Los bienes culturales patrimoniales del Estado serán inalienables, inembargables e imprescriptibles. El Estado tendrá derecho de prelación en la adquisición de los bienes del patrimonio cultural y garantizará su protección. Cualquier daño será sancionado de acuerdo con la ley.

La Ley Orgánica de Comunicación, 2013 señala:

**Art. 14.-** Principio de interculturalidad y plurinacionalidad. - El Estado a través de las instituciones, autoridades y funcionarios públicos competentes en materia de derechos a la comunicación promoverán medidas de política pública para garantizar la relación intercultural entre las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades; con el fin de que éstas produzcan y difundan contenidos que reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes en su propia lengua, con la finalidad de establecer y profundizar progresivamente una comunicación intercultural que valore y respete la diversidad que caracteriza al Estado ecuatoriano.

Según la Ley Orgánica de Cultura, 2016:

**Art. 3.-** De los fines. Con fines de la presente Ley:

a) Fomentar el diálogo intercultural en el respeto de la diversidad; y fortalecer la identidad nacional, entendida como la conjunción de las identidades diversas que la constituyen.

b) Fomentar e impulsar la libre creación, la producción, valoración y circulación de productos, servicios culturales y de los conocimientos y saberes ancestrales que forman parte de las identidades diversas, y promover el acceso al espacio público de las diversas expresiones de dichos procesos.

e) Salvaguardar el patrimonio cultural y la memoria social, promoviendo su investigación, recuperación y puesta en valor.

**Art. 5.-** Derechos culturales. Son derechos culturales, los siguientes:

a) Identidad cultural. Las personas, comunidades, comunas, pueblos y nacionalidades, colectivos y organizaciones culturales tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural y estética, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones. Nadie podrá ser objeto de discriminación o represalia por elegir, identificarse, expresar o renunciar a una o varias comunidades culturales.

Además, el Concejo Cantonal de Ambato tiene como meta principal en el mediano plazo elaborar una Ordenanza de Turismo, la misma que tiene el objetivo de intensificar la cooperación internacional y la participación de la empresa privada, pretende también crear acercamientos con las embajadas de los distintos países, para generar hermanamientos y promover convenios de cooperación turística y Social (GADMA, 2019).

### **3.1.1.2. Entorno económico**

En el período comprendido entre 2018 – 2019 las cifras turísticas en el Ecuador han sido positivas, estadísticas proporcionadas por el Ministerio de Turismo indican que el ingreso de turistas extranjeros al país presentó un crecimiento del 11% frente a 2016 – 2017, sin considerar al ingreso de ciudadanos venezolanos. Este sector aportó a la

economía nacional 2392 millones de USD, convirtiéndose en la tercera fuente de ingresos no petroleros. En los 9 feriados locales de 2018 hubo una recaudación de aproximadamente 425.8 millones de dólares, el asueto que mayor impacto generó fue el de carnaval con un ingreso de 64.5 millones de USD, las ciudades que más se visitaron durante esos días fueron: Ambato, Cuenca y Esmeraldas. (Ministerio de Turismo, 2020)

La anteriormente mencionada Comisión de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato ha desarrollado varias estrategias para impulsar el turismo en la ciudad, una de las más representativas es la campaña denominada “Ambato en noviembre lo segundo a mitad de precio”; iniciativa que surgió para promover la llegada de turistas en el mes de la independencia de la ciudad jardín del Ecuador. (GADMA, 2019)

La propuesta consiste en ofrecer a los visitantes descuentos turísticos y comerciales en el segundo plato, la segunda noche o la segunda prenda a mitad de precio, alrededor de 357 locales entre gastronómicos, hoteles y almacenes en general son los participantes, en el 2019 durante los 30 días de promoción arribaron alrededor de 60.000 turistas quienes dejaron ingresos de 650 mil dólares aproximadamente. Es importante mencionar que la campaña estuvo complementada por la feria de finados y 90 eventos artísticos y culturales del Sol de Noviembre.

### **3.1.1.3. Entorno social**

La Constitución de la República del Ecuador (2008) menciona:

Art. 1.- “El Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Se organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada”. (p.8)

La diversidad étnica y cultural del país, además de la presencia de las regiones geográficas, representan la mayor riqueza del Ecuador, pues, son el atractivo principal que persuade a turistas nacionales y extranjeros a visitarlo y recorrerlo.

Ambato es una ciudad ubicada en la parte central del país, los aportes culturales, sociales, su riqueza hortofrutícola y la calidez y amabilidad de su gente le han permitido hacerse acreedora a las siguientes denominaciones “Ciudad Cosmopolita”, “La Tierra de los Tres Juanes”, “La Ciudad Jardín del Ecuador”, “La Tierra de la Fruta y de las Flores”, “La Tierrita Linda” entre otros.

Actualmente Ambato tiene con una población de alrededor de 390 mil habitantes y recibe anualmente un flujo de entre 190 mil a 220 mil turistas. Cuenta con varios sitios emblemáticos, históricos, culturales, gastronómicos, poblaciones multiétnicas y ancestrales, parajes naturales que están a total disposición del público. Sin embargo, muchos de los visitantes afirman no haber encontrado material informativo adecuado que les permita conocer trazar la ruta adecuada y aprovechar su estancia en la ciudad. (Ministerio de Turismo, 2020)

#### **3.1.1.4. Entorno tecnológico**

La tecnología ha jugado un rol fundamental en el desarrollo de la comunicación, en la actualidad es indudable que el turismo y la tecnología son la combinación perfecta.

Las redes sociales, las aplicaciones y los blogs juegan un papel fundamental a la hora de planificar un viaje. Sin embargo, quienes constantemente cambian los hábitos, conductas y preferencias son los viajeros, especialmente los *millenials*. (Vidal, 2019)

IE Business School (2018) afirma que, a pesar de toda la transformación que ha acarreado la era tecnológica, gran parte de las empresas turísticas presentan una resistencia al cambio por temor a no generar la rentabilidad deseada, parece que aún se mantienen en la vieja idea “más vale malo conocido que bueno por conocer”, sin embargo de aquello, en la mayoría de ciudades las empresas turísticas tampoco cuentan con documentos informativos relevantes y actualizados que sirvan de guía turística al usuario, de ahí la importancia de generar material de alto contenido y gran calidad con este proyecto.

El turista de la actualidad busca obtener la mayor cantidad de información, la misma que le permita generar nuevas y mejores rutinas en el destino elegido, es decir, además de conocer lugares cuyo contenido religioso, histórico, natural aporten a su desarrollo social y cultural, busca complementar su viaje con la visita de sitios gastronómicos autóctonos de cada pueblo, busca también conocer y enriquecerse de los modos de vida de los habitantes, sus prácticas medicinales y ancestrales y generar experiencias de vida que alimenten su espíritu, para ello es importante que todos los aspectos mencionados se encuentren plasmados en el informativo que se pretende entregar como producto final de la presente investigación. (Vidal, 2019)



### 3.1.2. Tendencias

Amadeus (2019) sostiene que la industria del turismo está viviendo un proceso de metamorfosis que va desde sus bases fundamentales hasta considerar el más mínimo detalle, este proceso de cambio está pulverizando los dogmas y paradigmas que hasta la actualidad eran totalmente válidos, los cuatro grandes pilares en los que se sustenta dicha transformación son:

- **La tecnología:** el BIG DATA aplicado al turismo es uno de los paradigmas que en complemento con la inteligencia artificial serán herramientas que permitan mejorar las expectativas del cliente, pues, las empresas turísticas tendrán una base de datos que les permita conocer las preferencias y gustos de cada persona de cada persona, lo cual permitirá incrementar su capacidad para sorprender y fidelizar a sus clientes. (Vidal,2019)

Actualmente, el boom tecnológico tiene su mayor protagonismo en las redes sociales a través de las opiniones de los usuarios, las APPS han simplificado tiempos y procesos de compra y sin lugar a duda los aparatos móviles tienen la capacidad de tele transportarnos a destinos que se encuentran al otro lado del mundo.

- **La innovación:** uno de los importantes retos no solo de las empresas, sino también de las ciudades es y será mantener una innovación constante, lo que significa que a pesar de contar con material informativo actualizado y representativo este deberá ser rediseñado y modificado y no solo presentado a

través de guías impresas, sino que dicho contenido deberá generar presencia en la web. (Amadeus, 2019)

- **La cultura:** juega un papel fundamental para que se desarrollen los cambios mencionados anteriormente, no todos los países y ciudades están en capacidad para adaptarlos, en el caso específico de Ecuador y de Ambato, aún existe mucha resistencia al cambio y a la utilización de internet principalmente en lo referente a la utilización de transacciones, pues, es considerado un medio poco seguro y propenso a la realización de estafas. Razón válida para elaborar una guía manual.

### **3.1.3. Segmentación del mercado potencial**

Al tratarse de un proyecto de interés social utilizaremos como criterios de segmentación la demografía y la geografía, para ello es importante definirla de la siguiente manera:

Se realizó una segmentación poblacional según rangos de edad de entre 25 a 35 años (hombres y mujeres) que habiten en la zona urbana de la ciudad de Ambato (INEC, Marzo 2019) tomando como referencia la Población Económicamente activa de la misma con empleo adecuado e inadecuado, que son 86.328 personas, de las cuales se solo se consideran como estratégicamente potenciales el 49,3 %, es decir 42.301 personas con un trabajo e ingresos estables que les gustaría hacer turismo local.

#### **3.1.4. Análisis del sector y del mercado de referencia**

El segmento poblacional (hombres y mujeres de entre 25 a 35 años) fue escogido después de un análisis minucioso que sugiere que esta parte de la población es la ideal para el desarrollo del proyecto, pues, al ser adultos jóvenes cuentan con los medios y particularidades para realizar actividades turísticas, a continuación se describe las características principales de este segmento social:

- **Estabilidad emocional:** gran parte de los individuos a partir de los 25 años saben manejar adecuadamente sus emociones y pensamientos y orientan sus esfuerzos hacia un horizonte definido.
- **Estabilidad económica:** aunque la situación financiera del país no es óptima, gran parte de personas comprendidas en el rango de edad elegido cuentan con una remuneración mensual otorgada por un empleo, el cual les permite destinar una parte de dichos recursos hacia las actividades de turismo.
- **Nuevas tendencias:** las formas de vida cambian constantemente, en la actualidad se ha dado un mayor interés hacia actividades que promuevan el deporte y cuidado personal, esta es una gran oportunidad para promover el turismo a través de la publicidad de lugares y actividades que promuevan una vida saludable.

#### **3.1.5. Índice de saturación del mercado potencial**

A pesar de los esfuerzos que ha impulsado la Municipalidad de Ambato, aún el turismo no ha sido explotado en su mayoría y no existe en la actualidad información actualizada,

llamativa y persuasiva que permita un conocimiento amplio de los sitios emblemáticos de la ciudad; y que sirva de guía para que los visitantes puedan tener un marco referencial que facilite la realización de una ruta turística adecuada y que genera una experiencia satisfactoria durante su estancia en la ciudad.

Por las razones expuestas anteriormente la realización de un material informativo e ilustrativo es imperante para que la ciudadanía se informe y pueda disfrutar de una manera ordenada y óptima de los diferentes atractivos que la tierrita linda le ofrece.

#### **3.1.6. Análisis estratégico de la competencia**

El desafío fundamental a la hora de analizar la competencia está en conocer sus puntos frágiles y evitar caer en ellos, imitar y superar los aspectos a través de los cuales sobresalen en el mercado, pero sin lugar a duda lo principal siempre será satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes de una forma mucha más amplia y mejorada a la de los competidores. Para ello es importante seguir una secuencia lógica y ordenada a través de los siguientes aspectos.

- **Identificar a los competidores**

En el caso de este proyecto en particular no cabe hablar de un competidor directo como tal, sin embargo se puede considerar como un servicio sustituto de competencia a los registros y publicaciones digitales que reposan en la nube, ya que hoy en día el auge de las redes sociales y las aplicaciones móviles ofrece una amplísima variedad de contenidos turísticos que a más de brindar información

sobre un sitio o lugar turístico tienen la capacidad de tele transportar al usuario a dichos lugares ya sea por imágenes o videos en tiempo real.

- **Análisis de los competidores**

Una vez que hemos reconocido a la competencia es importante analizar sus detalles de operatividad, cómo esta se desarrolla, que impacto tiene en el público objetivo, etc. No cabe duda que el internet a través de las aplicaciones, redes sociales y equipos móviles ha simplificado el diario vivir de la humanidad, y el sector del turismo es uno de los que más ha sabido aprovechar esta oportunidad, pues, como ya se mencionó sitios y lugares de los diferentes continentes están al alcance de todos con tan solo un clic, las ventajas que ofrece el turismo electrónico son las siguientes:

- Elimina las barreras geográficas.
- Está al alcance los 7 días de la semana y las 24 horas al día.
- Existe una amplia oferta de opciones de acuerdo a los gustos y preferencias de cada individuo.
- El consumidor tiene la oportunidad de conocer las sugerencias de quienes ya han vivido esa experiencia.
- Se pueden realizar compras online.

### **3.2. Análisis interno**

Es una evaluación de los elementos, factores recursos y habilidades que son propios de un proyecto o empresa, la misma que permite la adopción de las estrategias y destrezas adecuadas para generar mejores y mayores resultados. Dicho de otra manera es un estudio completo de las capacidades propias y controlables y como estas permiten enfrentarse a los competidores. (Sapag Chain, 2011).

#### **3.2.1. Análisis FODA**

Es una herramienta analítica que brinda información acerca de la situación actual interna y de los factores externos que inciden en el desarrollo y ejecución de un proyecto o empresa.

### 3.2.1.1. Matriz FODA

<p style="text-align: center;"><b>Fortalezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Las diferentes quintas, casas patrimoniales, grupos culturales ancestrales, lugares naturales que posee el cantón Ambato.</li> <li>• Convenios de hermanamiento territorial para articular políticas de turismo con ciudades de distintos países.</li> <li>• Amplia oferta gastronómica competitiva en costos y acorde a los diferentes presupuestos.</li> <li>• Localización geográfica estratégica en el centro del país.</li> <li>• Vías de intercomunicación interna, amplia conexión con el sector rural.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración de un material editorial informativo.</li> <li>• Incremento de alianzas de integración entre el sector público y privado.</li> <li>• Voluntad política del GAD Municipalidad de Ambato para impulsar el turismo a través de la implementación de campañas.</li> <li>• Amplia oferta hotelera a precios competitivos.</li> <li>• Incremento de visitantes a la ciudad principalmente durante el mes de noviembre.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de material turístico informativo actualizado.</li> <li>• Concentración de la demanda turística solo en lugares específicos.</li> <li>• Desconocimiento de la riqueza cultural y ancestral por parte de la gente de la zona y de los propios operadores turísticos.</li> <li>• Deficiente manejo adecuado del bilingüismo (inglés, español)</li> <li>• Poco sentido de identidad cultural y pertenencia.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento delincriminal.</li> <li>• Destinos competidores más atractivos y fuertes.</li> <li>• Servicio de transporte público poco seguro e intermitente.</li> <li>• Incipiente cobertura de servicios básicos en el área rural.</li> <li>• Auge tecnológico.</li> </ul>

### 3.2.1.2. Cuadro resumen del análisis FODA

	<p><b>Amenazas</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Incremento delincriminal.</li> <li>2 Destinos competidores más atractivos y fuertes.</li> <li>3 Servicio de transporte público poco seguro.</li> <li>4 Incipiente cobertura de servicios básicos en el área rural.</li> <li>5 Amplio uso de la tecnología.</li> </ol>	<p><b>Oportunidades</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Elaboración de material turístico</li> <li>2 Alianzas entre el sector público y privado</li> <li>3 Voluntad política del Municipio para impulsar el turismo.</li> <li>4 Amplia oferta hotelera.</li> <li>5 Incremento de visitantes a la ciudad.</li> </ol>
<p><b>Fortalezas</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Las diferentes quintas, casas patrimoniales, grupos culturales ancestrales, lugares naturales que posee el cantón Ambato.</li> <li>2 Convenios de hermanamiento territorial para articular políticas de turismo con ciudades de distintos países.</li> <li>3 Amplia oferta gastronómica competitiva en costos y acorde a los diferentes presupuestos.</li> <li>4 Localización geográfica estratégica en el centro del país.</li> <li>5 Conocimientos sólidos en diseño de material editorial.</li> </ol>	<p><b>Estrategias FA</b> <b>F1, A1</b> Promover una alianza con la Policía Nacional y Municipal para que se dé mayor presencia y control en lugares turísticos. <b>F5, A1, A4</b> Elaborar un material turístico físico que está al alcance de la población rural y que minimice el riesgo de la utilización del celular en sitios poco seguros.</p>	<p><b>Estrategias FO</b> <b>F1,F3,F4,F5,A1,A3</b> Edición de una guía turística actual que traspase fronteras y motive la llegada de turísticas locales e internacionales a través del conocimiento de la riqueza natural, histórica de Ambato. <b>F2, O2, O3</b> Gestión de fuentes de financiamiento en los organismos de promoción turística privados y gubernamentales para elaborar el material.</p>
<p><b>Debilidades</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Falta de material turístico informativo actualizado.</li> <li>2 Concentración de la demanda turística solo en lugares específicos.</li> <li>3 Desconocimiento de la riqueza cultural y ancestral por parte de la gente de la zona y de los propios operadores turísticos.</li> <li>4 Deficiente manejo adecuado del bilingüismo (inglés, español)</li> <li>5 Poco sentido de identidad cultural y pertenencia.</li> </ol>	<p><b>Estrategias DA</b> <b>D4, A1</b> De acuerdo a la acogida del material elaborado, posteriormente se puede presentar una edición bilingüe. <b>D5, A2</b> Mitigar la falta de sentido de pertenencia a través de campañas de concientización.</p>	<p><b>Estrategias DO</b> <b>D4, D2</b> Solicitar a la Municipalidad la capacitación del personal de turismo de sitios estratégicos en el manejo de idiomas. <b>D2, O5</b> Elaborar una ruta turística a través del material editorial que incentive la visita a la mayor parte de atractivos turísticos del cantón Ambato.</p>



## CAPÍTULO IV

### 4. DISEÑO METODOLÓGICO

#### 4.1. Método

##### 4.1.1 Enfoque del proyecto

La presente investigación se desarrollará a través de un enfoque cuali-cuantitativo.

##### 4.1.2 Enfoque cualitativo

En primer lugar cualitativo, mediante este enfoque se obtiene información que permitan solucionar diversas interrogantes. Para ello se realizarán encuestas a ciudadanos ambateños que nos permitan identificar el nivel de conocimiento que tienen sobre estos lugares turísticos y su historia.

##### 4.1.3 Enfoque cuantitativo

Por otro lado se desarrollará un enfoque cuantitativo con el cual obtendremos datos numéricos desde la muestra, para lograr determinar que tan activos se encuentran en la problemática y que tanto conocen sobre la historia de los lugares turísticos de la ciudad de Ambato, cuyos resultados nos facilitarán identificar la proyección del proyecto de investigación.

Hernández (2010) menciona que “al utilizar el enfoque mixto se entrelazan en la mayoría de etapas, por lo cual es conveniente para triangular la información. Esta triangulación brinda la capacidad de una comprensión e interpreta amplia del fenómeno de estudio”, (pág.210). Así podemos determinar que con este enfoque mixto se logrará

profundizar tanto información como en resultados brindando un acercamiento mucho más acertado.

## **4.2 Fuentes de investigación**

### **4.2.1 Fuentes primarias**

La información presentada en la presente investigación revela datos de primera mano, ya que recoge la opinión directa de los encuestados para que la misma oriente el diseño y elaboración de la propuesta editorial.

### **4.2.2 Fuentes secundarias**

Los libros, revistas, publicaciones, artículos, revistas científicas, leyes y reglamentos son los documentos a través de los cuales se fundamenta teóricamente la presente investigación.

## **4.3 Modalidad de la investigación**

### **4.3.1 Investigación de campo**

Se realiza un trabajo de campo ya que se visita los lugares turísticos del cantón Ambato para obtener fotografías e información histórica y de interés para la elaboración del producto final. Además, se realizan encuestas a habitantes de la ciudad con un rango de edad entre 25 a 35 años, con el objetivo de conocer su interés a cerca de los sitios emblemáticos de Ambato.

### **4.3.2 Investigación documental**

La selección de información óptima y adecuada para darle un giro teórico y documental al capítulo dos se la obtiene de fuentes bibliográficas confiables libros y artículos científicos principalmente de los cuales se obtendrá información sobre diseño editorial, turismo, cifras de turismo ambateño, entre otros.

## **4.4 Técnicas de investigación**

### **4.4.1 Encuesta**

Se aplica en el casco central de la ciudad de Ambato, ya que en sus alrededores se encuentran varios lugares turístico y las principales instituciones, por lo que se obtiene mayor seriedad y confiabilidad en la recolección de datos. La encuesta tiene como fin saber si el público objetivo realmente tiene interés en que se elabore la guía turística informativa.

## **4.5 Instrumentos de investigación**

### **4.5.1 Cuestionario**

Se utiliza un cuestionario estructurado el cual consta de preguntas cerradas, se aplica de forma personal, está dirigido a la población adulta joven de la ciudad de Ambato y tiene como fin conocer si la propuesta será acogida.

#### 4.6 Población y muestra

Las encuestas fueron dirigidas a un estrato de la población seleccionada, que comprende a una parte de la Población Económicamente Activa (PEA) hombres y mujeres de entre 25 a 35 años de edad dando un estimado de 86.328 personas. Según datos obtenidos de la página web del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) con corte a Marzo de 2019. Las personas con empleo adecuado son aquellas que perciben al menos el salario mínimo adecuado, trabajan igual o más de 40 horas semanales, mismas que en el rango escogido la ciudad representan el 49.7%.

Una vez determinado el universo poblacional se procede a aplicar un modelo matemático de muestra finita a través de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2(p)(q)N}{Ne^2 + z^2(p)(q)}$$

En donde:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

$z^2$  = Nivel de confianza

p = Probabilidad de éxito

q = probabilidad de fracaso

e = margen de error

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)86328}{86328(0.05)^2 + (1.96)^2(0.5)(0.5)} = 382$$

La encuesta se la deberá aplicar a 382 personas.

## 4.7 Análisis e interpretación de resultados

### 4.7.1 Tabulación de resultados

#### 1. ¿Conoce usted los sitios turísticos naturales, históricos y emblemáticos que posee la ciudad de Ambato?

Tabla N.-1

*Sitios turísticos, emblemáticos e históricos de Ambato*

	Frecuencia	Porcentaje
Si	307	80%
No	75	20%

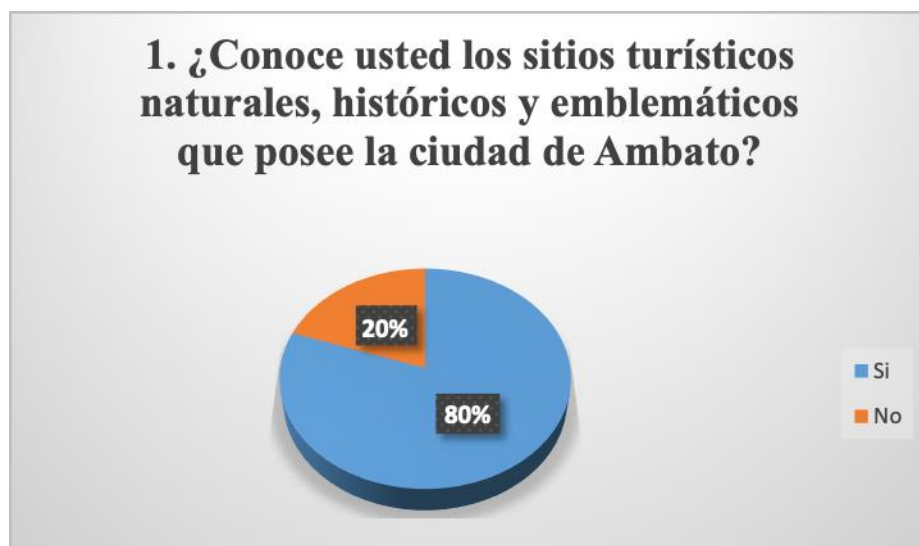


Gráfico N.- 3: Sitios turísticos, emblemáticos e históricos de Ambato

#### Análisis e Interpretación:

El 80% de los encuestados es decir, 307 personas afirman que conocen los lugares naturales, históricos y emblemáticos que posee la ciudad de Ambato; por su parte, el 20% restante dicen no haber visitado estos sitios. El gran porcentaje que responde

afirmativamente representa una gran oportunidad para poner en marcha el presente proyecto.

## 2. ¿Con qué frecuencia los visita?

Tabla N.- 2

*Frecuencia de visita*

	Frecuencia	Porcentaje
Una vez a la semana	108	28%
Una vez al mes	176	46%
Solo en feriados	98	26%



Gráfico N.- 4: Frecuencia de visita

### Análisis e interpretación:

Del total de encuestados 176, es decir el 46% afirman visitar los lugares turísticos de Ambato una vez al mes, el 28% aseguran hacerlo una vez a la semana,

mientras que el 26% restante solo lo hacen en los feriados. El análisis de la frecuencia es un factor decisivo ya que indica la demanda del sector turístico.

3. ¿Ha recibido usted material turístico e informativo de dichos lugares?

**Tabla N.- 3:**

*Recepción de material turístico*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	125	33%
<b>No</b>	257	77%



**Gráfico N.- 5:** Recepción de material turístico

### **Análisis e Interpretación**

Los resultados obtenidos indican que el 67% de las personas encuestadas no ha recibido ningún tipo de material que le proporcione información turística de la ciudad de Ambato; mientras que el 33% restante aseveran haber recibido material informativo. Información base para impulsar la elaboración de una guía tusrística actualizada.



#### 4. ¿Cómo califica ese material?

Tabla N.- 4:

Calificación

	Frecuencia	Porcentaje
Óptimo	13	10%
Poco adecuado	35	28%
Inadecuado	77	62%

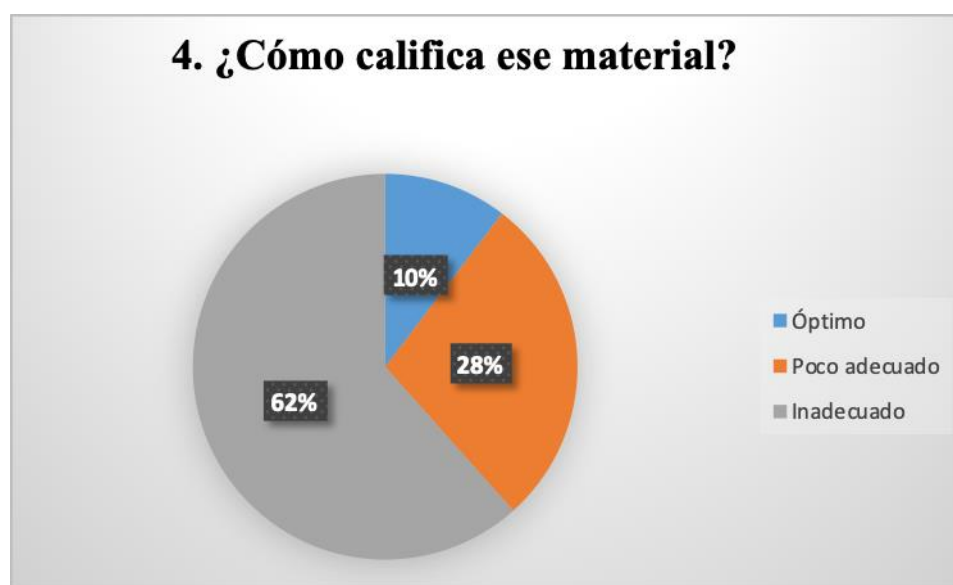


Gráfico N.- 6: Calificación

#### Análisis e Interpretación

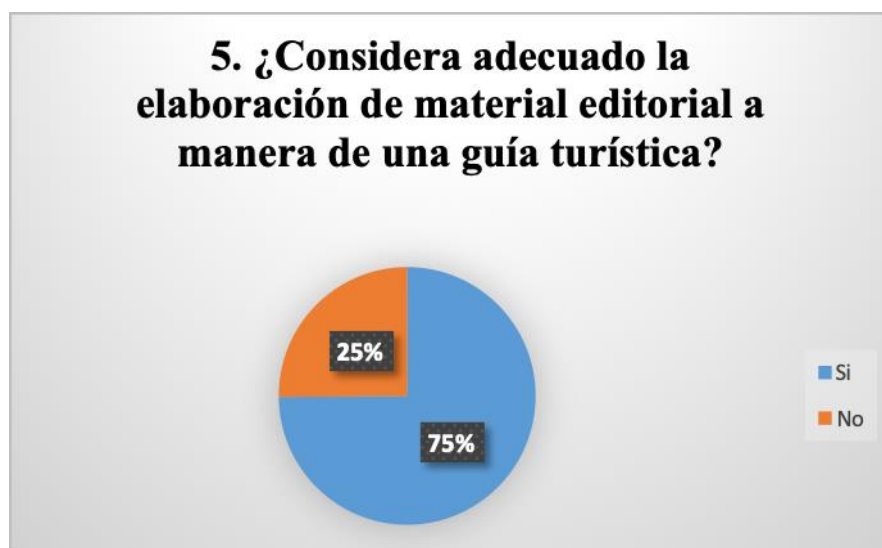
De las personas 125 que respondieron afirmativamente haber recibido material informativo el 62% indica que el mismo es inadecuado, razón imperante para trabajar en la elaboración del mismo; por su parte el 28% lo califica como poco adecuado y tan solo el 10% restante afirman que dicho material es óptimo.

**5. ¿Considera adecuado la elaboración de material editorial a manera de una guía turística?**

**Tabla N.- 5**

*Elaboración de guía turística*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	286	75%
<b>No</b>	96	25%



**Gráfico N.- 7:** Elaboración de guía turística

**Análisis e interpretación:**

Esta es sin duda la interrogante clave para poner en marcha el presente proyecto, la misma que obtuvo el respaldo del 75% de los encuestados, por su parte el 25% considero que no es necesario la elaboración de una guía turística.

## 6. ¿Cómo le gustaría que sea la presentación de ese material?

Tabla N.- 6

*Presentación del material*

	Frecuencia	Porcentaje
<b>Digital</b>	98	26%
<b>Impreso</b>	177	46%
<b>Impreso y Digital</b>	107	28%

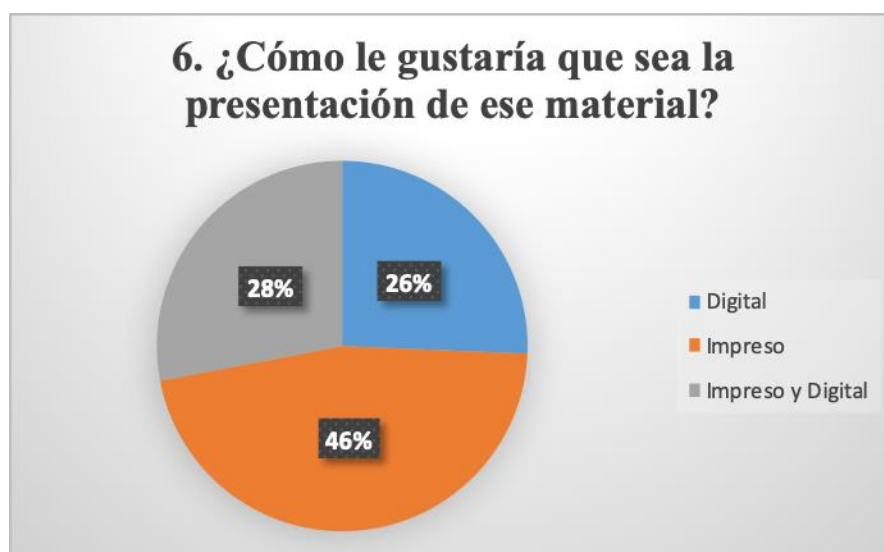


Gráfico N.- 8: Presentación del material

### Análisis e Interpretación

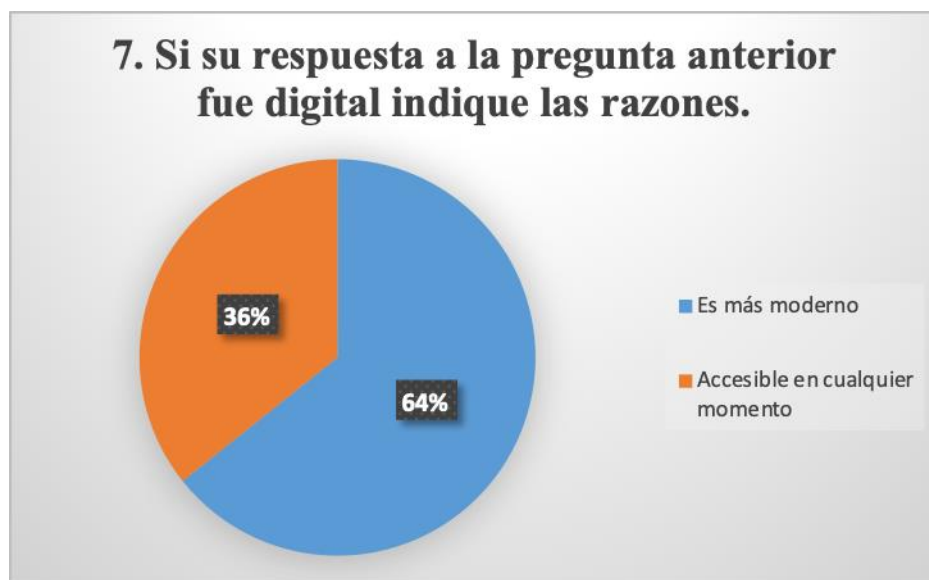
Del total de encuestados 177 representado por el 46% sugieren que la presentación del material turístico de lo realice de forma impresa, el 26% cree conveniente hacerlo de forma digital; mientras que el 28% restante consideran oportuno que la elaboración sea impresa y digital a la vez.

**7. Si su respuesta a la pregunta anterior fue digital indique las razones**

**Tabla N.- 7**

*Material Digital*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Es más moderno</b>	63	64%
<b>Accesible en cualquier momento</b>	35	36%



**Gráfico N.- 9: Material Digital**

**Análisis e Interpretación**

De las 98 personas que respondieron que la mejor forma de presentar el material turístico es la digital el 64% de las mismas dicen que la razón prevaleciente es

por modernidad; a la vez que el 36% afirman que por la facilidad de acceder al mismo en cualquier momento.

**8. Si su respuesta a la pregunta 5 fue impreso indique las razones**

**Tabla N.- 8**

*Material Impreso*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Por seguridad</b>	74	42%
<b>Acceso limitado a internet</b>	86	48%
<b>Es más ilustrativo</b>	17	10%



**Gráfico N.-10: Material Impreso**

**Análisis e Interpretación**

El 42% de los encuestados que consideran presentar el material impreso aseveran que se lo debe realizar de esta manera por mayor seguridad ya que la

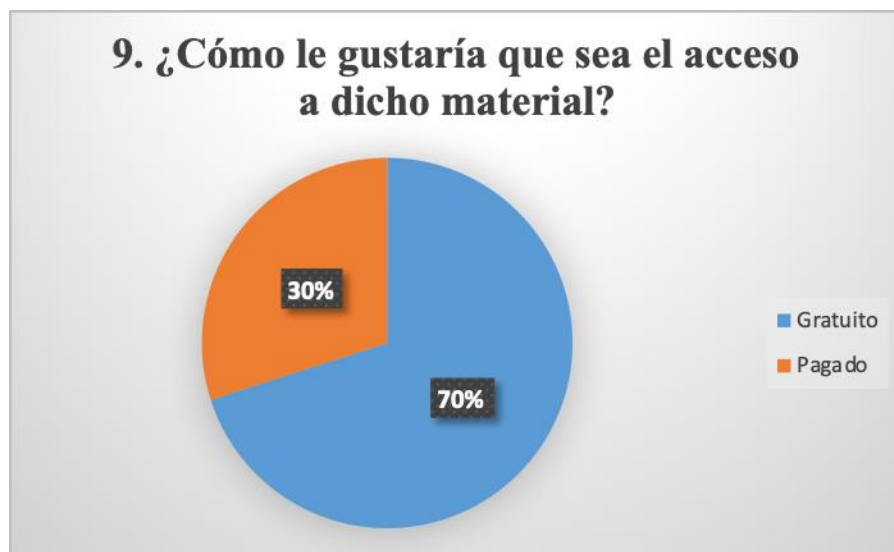
delincuencia actualmente está incrementando; el 48% dice que por el limitado acceso a internet, pues, no todos cuentan con un plan de telefonía móvil; a su vez el 10% dice que impreso es más ilustrativo.

**9. ¿Cómo le gustaría que sea el acceso a dicho material?**

**Tabla N.- 9**

*Acceso gratuito o pagado*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Gratuito</b>	201	70%
<b>Pagado</b>	86	30%



**Gráfico N.- 11:** Acceso gratuito o pagado

### **Análisis e interpretación**

La gran mayoría de los encuestados representada por el 70% confirman su deseo de que el material turístico sea gratuito, por su parte el 30% sugiere que el mismo debe ser pagado.





## CAPÍTULO V

### 5 DESARROLLO DE LA PROPUESTA

#### 5.1 Descripción general del proyecto.

De la investigación realizada, se logró identificar que Ambato carece de material editorial que incentive el flujo de visitas a sitios emblemáticos por parte de los turistas locales e internacionales, dado que el 67% de las personas encuestadas no ha recibido ningún tipo de informativo que les proporcione datos turísticos de la ciudad, por su parte el porcentaje restante asegura haber recibido dicho material. Sin embargo, el 62% de estos últimos indica que el mismo es inadecuado.

Los datos expuestos anteriormente motivan al diseño y desarrollo de la propuesta del presente proyecto, la cual se titula: “Diseño de una guía turística para el reconocimiento de los lugares turísticos de la ciudad de Ambato”, la misma que obtuvo el respaldo del 75% de encuestados, de los cuales el 46% sugieren que la presentación del material turístico se lo realice de forma impresa, ya que actualmente el turista demanda información detallada y de gran calidad a cerca de los lugares que pretende visitar. Además dicho contenido al ser presentado en forma digital necesitaría de un importante número de datos para su correcta utilización, por lo tanto la mejor forma de presentarlo es la física.

De este modo, se pretende desarrollar una guía, la cual se encontrará disponible en la mayor cantidad de los sitios turísticos, restaurantes y hoteles de la ciudad de manera

constante. La propuesta indicada tiene la finalidad que todo turista local, nacional e internacional tenga acceso a información, motivando así el turismo y reconocimiento cultural de la ciudad de Ambato.

## 5.2 Objetivos

### **Objetivo general:**

- Promover el turismo cultural mediante la aplicación de parámetros de diseño editorial para mejorar el reconocimiento de destinos atemporales de la ciudad de Ambato.

### **Objetivos específicos:**

- Elaborar una guía impresa estableciendo parámetros de diseño editorial para promover el turismo en jóvenes locales, nacionales y extranjeros.
- Generar material editorial para mejorar la experiencia turística de los visitantes en la ciudad.
- Definir la imagen visual de los puntos de distribución para potenciar la presentación de la guía turística y souvenirs al público.

## 5.3 Concepto

La presente propuesta editorial, está basada en el concepto “**Ambato, patrimonio, cultura y naturaleza**”, siendo éstas las directrices en las cuales se fundamenta el turismo cultural de la ciudad. Las mismas que serán las bases para mostrar a la colectividad aspectos de los sitios más representativos de la ciudad de Ambato, lugares

que no sólo abarcan las construcciones atemporales como edificaciones y monumentos, sino también al patrimonio natural, como jardines, ríos y especies.

Ya que Ambato no es sólo flores y frutas, sino que por historia es una ciudad donde el patrimonio cultural de sus próceres representa un emblema de cultura, tanto para propios como para toda la región sierra e incluso del país.

Por lo tanto, bajo este concepto se desprenderá la elaboración de la guía turística donde se mostrarán y dará importancia a cada uno de los sitios representativos de la ciudad, muchas veces olvidados por el turista. Así pues, el material editorial presentado en conjunto le dará al turista los destinos adecuados para su visita.

#### **5.4 Descripción técnica del producto**

El producto final ejecutado en el proyecto será una guía turística que contendrá el mapa de la ciudad de Ambato, los lugares turísticos y emblemáticos más visitados según los datos de la Cámara Provincial de Turismo de Tungurahua. Se elaborará piezas complementarias como: postales, tótem publicitario en el cual se exhibirán las guías y suvenires que refuercen la imagen del turismo de Ambato.

#### **Identidad visual**

La identidad visual del proyecto se aplicará en cada uno de los productos editoriales presentados, empezando por el diseño de la guía turística, iconografía aplicada, ilustraciones de los sitios turísticos, postales, infografías, tótem publicitario y suvenires.

Lo que se verá reflejado en la aplicación del color, tipografía, estilo, a través de toda la propuesta gráfica. Lo cual queda establecido de la siguiente manera:

### **Identidad gráfica**

Para naming de la propuesta, se ha tomado el nombre de la ciudad, con el fin de no provocar confusión en el turista, además de ello se ha optado por el texto complementario “PATRIMONIO, CULTURA, NATURALEZA”, con el fin de delimitar el tipo de turismo que se promueve, en este caso el turismo atemporal, de sitios, lugares y reservas naturales que no trascienden en el tiempo.



**Imagen N.-1:** Imagotipo, aplicación principal.



**Imagen N.- 2:** Imagotipo, aplicaciones secundarias.

La tipografía aplicada es de un diseño jovial, atendiendo a las características del público objetivo. Cuyos trazos redondeados ayudan a la legibilidad y lecturabilidad, ideal para tomar decisiones rápidas de los lugares a visitar.

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

**Imagen N.- 3:** Tipografía Report, bold / regular.

### **Imagen**

Se ha optado por la elaboración de imágenes vectoriales lineales de características simples y de alta iconicidad, las mismas que ilustrarán de manera diferente los lugares turísticos de la ciudad. Al ser abstraídas de fotografías no se pierde la esencia de la imagen tradicional. Dichas ilustraciones se usarán en documentos editoriales y productos complementarios para representar los sitios turísticos en mención.



**Imagen N.- 4:** Estilo ilustración lineal catedral de Ambato.

## Color

La cromática se ha implementado a partir de los colores empleados en el identificador visual. Tomando así un tono brillante que dote de vitalidad y energía a las distintas piezas editoriales, el mismo que será el color dominante o color principal de las composiciones gráficas.



**Imagen N.- 5:** Paleta cromática.

## Texto

Tomando en cuenta aspectos de morfología de la letra, se ha seleccionado un par tipográfico de las familias de las sans serif, adecuadas para la legibilidad, teniendo en cuenta siempre los tamaños adecuados, tanto para títulos, subtítulos, texto seguido y textos especiales.

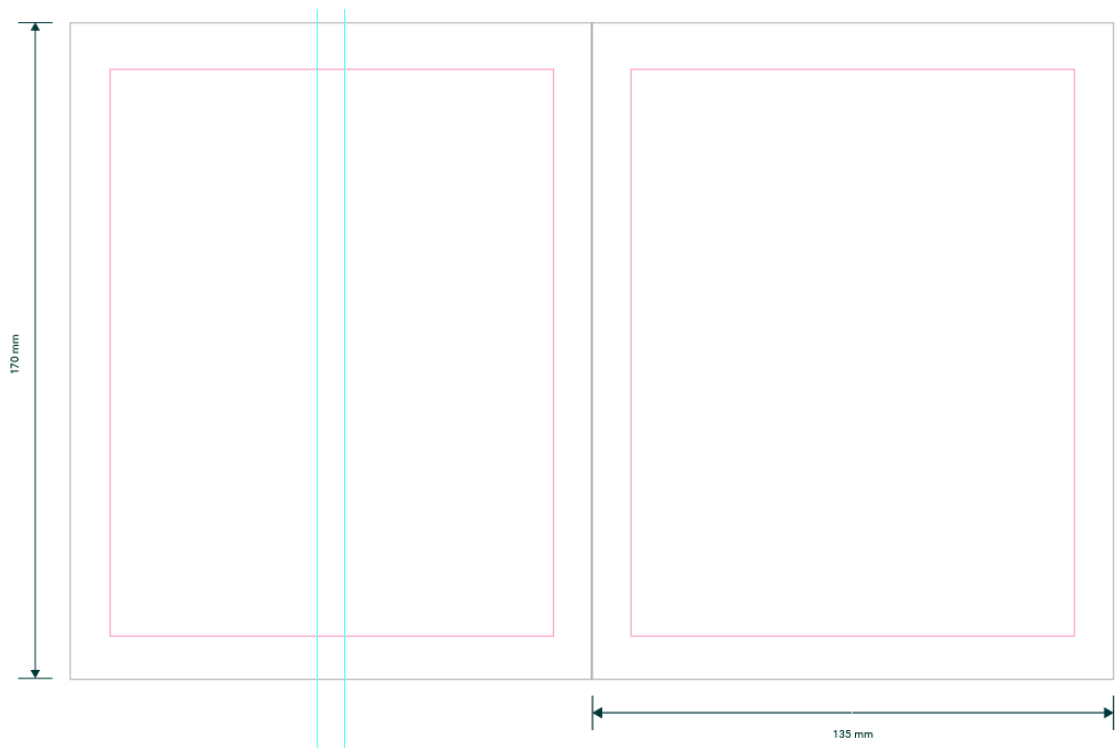


**Imagen N.- 6:** Estilos tipográficos.

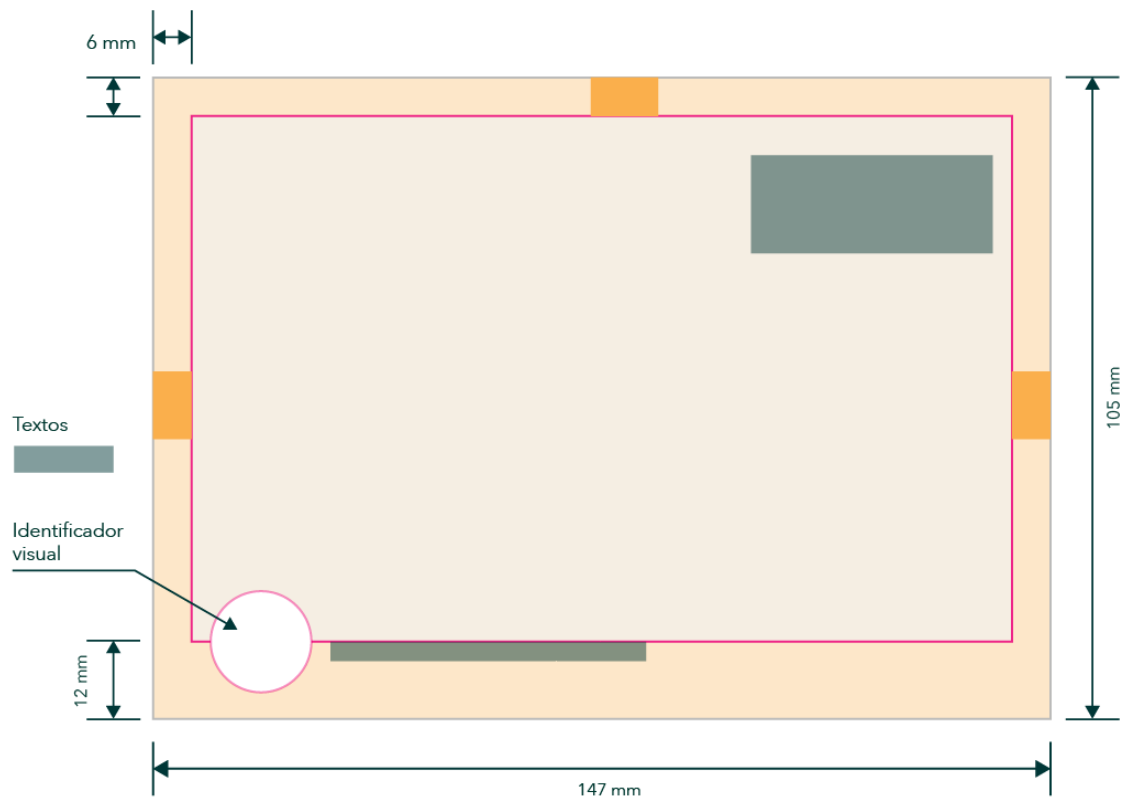
## Retículas

El empleo de una retícula adecuada garantiza la óptima organización de los elementos, logrando que tanto imagen, texto y demás elementos que componen la página puedan comprenderse como un todo, dotando así a la composición de coherencia visual.

Así pues, atendiendo a las necesidades de la publicación (guía turística), se ha optado por determinar una retícula basada en dos columnas, para organizar el texto de tal manera que potencie la legibilidad y lecturabilidad de la página. Por otra parte, también se ha empleado la retícula única, para colocar imágenes a lo largo y ancho de la página, ideal para el diseño minimalista que se presenta. De tal manera que el uso de texto será limitado para conseguir un producto más llamativo visualmente.



**Imagen N.- 7:** Retícula de una y dos columnas para guía turística.



**Imagen N.- 8:** Retícula de una y dos columnas para tarjeta postal.

#### 4.5. Acabados

Implementar acabados en la impresión de los productos finales, permitirá generar un valor añadido y que el producto final sea lo suficientemente acogedor. Para ello, se ha considerado utilizar en la impresión de los productos editoriales (guía y postales) papel estucado que posee una lisura y brillo excelente, el cual proporciona gran nitidez de impresión y la óptima visualización de imágenes.

Para los demás productos que integran el proyecto (tótem y suvenires), los materiales escogidos serán con el único fin de entregar a los usuarios un producto de calidad, tanto informativa como visual.



## **5.6. Jerarquía**

El producto principal del siguiente proyecto es una guía turística de la ciudad de Ambato. Además de ello, como piezas complementarias se elaborará, un tótem publicitario en el cual se exhibirá la guía y demás suvenires, importantes para la identidad visual de proyecto.

## **5.7 Funcionalidad**

El resultado final de esta investigación no solo se enfoca en presentar un producto impreso novedoso y creativo, más allá de la aplicación de los conceptos de diseño gráfico, se procura contribuir al desarrollo del cantón, es por ello que la guía también tiene el objetivo de motivar e incentivar a la colectividad local, nacional e internacional a que visiten Ambato y hagan un recorrido de los lugares turísticos y emblemáticos que posee la ciudad. Es por ello que la misión principal de la guía turística será la de sintetizar, interpretar e informar los recursos turísticos, los bienes de interés cultural y patrimonio de la ciudad. Se pretende también despertar el interés de los turistas, satisfacer sus expectativas de información, generar sentido de acompañamiento y de disfrute lúdico, en resumen se espera que el material editorial sea el juglar contemporáneo de la historia ambateña y que a través de su uso correcto se incentive también la economía local.

## 5.8 Expresión creativa

Una de las características más importantes que se evidencia en la guía turística es su atractivo visual. Razón por la cual, se han elaborado ilustraciones vectoriales lineales, de cada uno de los lugares emblemáticos por conocer en la ciudad de Ambato, las cuales permiten dar información sobre el aspecto del lugar y generar expectativa por conocerlos, presentándolos de una manera diferente a la mostrada tradicionalmente, mediante el uso de fotografías. La aplicación de color y tipografía es fundamental para conceder al diseño el aspecto más visual, sin caer en la monótono que puede llegar a ser el uso del texto seguido.

Así pues, en la propuesta presentada se evidenciará un amplio manejo creativo del diseño editorial, en conjunto con la ilustración minimalista.

## 5.9 Valor agregado / propuestas de valor.

El producto final de la investigación pretende entregar al consumidor final (turistas) un material editorial único diferenciado del resto de guías turísticas, cuya oferta de valor estará fundamentada en los siguientes aspectos

- **Atractiva:** se pretende crear una experiencia en los turistas que tan solo con ojear la guía se sientan motivados por visitar de manera presencial dichos lugares.
- **Gratuita:** el solo hecho de saber que un producto / servicio es gratuito incentiva la expectativa de su consumo y utilización.

- **Disponibilidad:** la guía turística estará disponible en la mayor parte de sitios públicos de la ciudad, lo cual facilita y permite al turista tener un mayor acceso a la misma.

## **5.10 Materiales e Insumos**

### **5.10.1 Presupuesto**

Un presupuesto puede ser traducido o conocido como el requerimiento financiero necesario para llevar a cabo un proyecto. A continuación a través de una tabla se resumen los costos y gastos en los que se incurrirán para la puesta en marcha de la guía turística de la ciudad de Ambato. Cabe recalcar que se han mantenido conversaciones con representantes de la Comisión de Turismo de la Municipalidad de Ambato, quienes han demostrado su total apoyo y compromiso para que la institución sea quien asuma el financiamiento del proyecto.

**Tabla N.- 10**

*Costos de Producción*

<b>Costos de Producción</b>		
<b>Producto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>
Guía turística	1.000	\$ 1.000
Inserto mapa	1.000	\$ 250
Exhibidor	3	\$300
Postales	10.000	\$ 500
Bolsas Kraft	1.000	\$ 500
Camisetas	500	\$ 1.500
Gorras	200	\$360
Chapas	1.000	\$200
Total		<b>\$4.610</b>

**Rentabilidad**

Para determinar si el proyecto es rentable es importante analizar el flujo de fondos, el valor actual neto y la relación costo beneficio del mismo, para ello se deberá tomar en cuenta los siguientes factores.

Se considerará como ingresos los valores recaudados por las 2 principales Quintas patrimoniales (Quinta de Montalvo y Quinta de Mera) ya que estos lugares cobran por el derecho de vista \$1.00 y \$1.50 respectivamente. La proyección de los ingresos futuros se la realiza en base a la Tasa Anual de crecimiento turístico del país que para 2020 es del 0.47%, esto solo se lo aplica en lo referente al número de visitas, ya que los precios permanecen constantes, pues se realiza un promedio entre los valores de las dos casas

patrimoniales; mientras que los egresos se proyectaran a la tasa de inflación para junio de 2020 que es de 0.62%.

**Tabla N.- 11**

*Proyección de Ingresos y Gastos*

	<b>Año1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
<b>INGRESOS</b>			
Ventas (unidades)	5,000.00	7,350.00	10,804.50
Precio	\$ 1.25	\$ 1.25	\$ 1.25
<b>Ingresos Totales</b>	<b>\$6,250.00</b>	<b>\$9,187.50</b>	<b>\$13,505.63</b>
<b>EGRESOS</b>			
Costos y gastos	\$ 4,610.00	\$ 7,468.20	\$ 12,098.49
<b>Egresos Totales</b>	<b>\$4,610.00</b>	<b>\$7,468.20</b>	<b>\$12,098.49</b>
<b>Ingresos - Egresos</b>	<b>\$1,640.00</b>	<b>\$1,719.30</b>	<b>\$1,407.14</b>

**Fuente:** Elaboración propia

Para el cálculo del valor presente de los ingresos se utilizará Tasa Máxima de Aversión al Riesgo (TMAR) que no es otra cosa que el cálculo en relación a la tasa de interés pasiva del Banco Central del Ecuador que es del 6.37% y los 2783 puntos del riesgo país EMBI.

**TMAR**= Tasa de interés pasiva + EMBI + (Tasa de interés pasiva \* EMBI)

**Tabla N.- 12**

*Cálculo de la TMAR*

Tasa Pasiva	5.14%
EMBI	2.73%
<b>TMAR</b>	<b>8.01%</b>

Para que el proyecto sea viable se espera obtener un rendimiento mínimo del 8.01%, caso contrario el mismo no generaría ningún tipo de beneficio mucho menos una utilidad incipiente.

Para el cálculo del Valor Actual Neto (VAN) se considera como inversión inicial un estimado de los gastos incurridos en la elaboración del presente proyecto sin contar el diseño del prototipo considerando un total de \$500

$$VAN = -I.I. + F_n F_1 / (1+i)^1 + F_n F_2 / (1+i)^2 + F_n F_3 / (1+i)^3 + F_n F_4 / (1+i)^4 + F_n F_5 / (1+i)^5$$

**Tabla N.- 13**

*Cálculo del VAN*

	<b>Inversión Inicial</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
	\$ -500.00	\$ 1,640.00	\$ 1,719.30	\$ 1,407.14
<b>TMAR</b>	0.0801	1.0801	1.1666	1.2601
		\$ 1,518.38	\$ 1,473.77	\$ 1,116.69
<b>VAN</b>	<b>4,108.84</b>			

El VAN obtenido es de \$4,108,84 valor positivo que indica que el proyecto es factible, ya que la regla de decisión indica que el VAN debe ser mayor a 0 para obtener ganancias.

Para conocer el costo beneficio de llevar a cabo el presente proyecto es necesario obtener el VAN tanto de los ingresos como de los egresos, las tablas que se presentan a continuación muestran dichos cálculos.

**Tabla N.- 14**

*VAN ingresos*

	<b>Inversión Inicial</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
	\$ -500.00	\$ 6,250.00	\$ 9,187.50	\$ 13,505.63
<b>TMAR</b>	0.0801	1.0801	1.1666	1.2601
		5,786.51	7,875.46	10,717.91
<b>VAN</b>	<b>24,379.88</b>			

**Tabla N.-15**

*VAN egresos*

	<b>Inversión Inicial</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
	\$ -500.00	\$ 4,610.00	\$ 7,468.20	\$ 12,098.49
<b>TMAR</b>	0.0801	1.0801	1.1666	1.2601
		4,268.13	6,401.69	9,602
<b>VAN</b>	<b>10,679.43</b>			

**Tabla N.-16**

*Costo Beneficio*

VAN Ingresos	24,379.88
VAN Egresos	10,679.43
<b>Costo / Beneficio</b>	<b>2.29</b>

La relación costo / beneficio nos indica que por cada dólar invertido el proyecto generará un beneficio de \$1.29, un resultado bastante bueno.

Un dato importante que se debe considerar también es el período de recuperación de la inversión, el mismo se presenta a continuación.

**Tabla N.- 17 Pay Back**

Flujo Año 1	1640
Inversión Inicial	500
<b>Diferencia</b>	<b>1140</b>

<b>Valor</b>	<b>Tiempo de recuperación</b>
1640	12 meses
500	<b>3.65 meses</b>

El tiempo que se tardará en recuperar la inversión será de 3 meses y medio, un período bastante corto que indica una vez más la viabilidad del proyecto.

#### **4.11. Construcción del prototipo.**

Para llevar a cabo el elemento principal de este proyecto; tomando en cuenta consideraciones como manipulación, transporte, se elaboró una guía turística en un formato de tipo bolsillo, el mismo que proporciona la fácil distribución del mismo.

Para la presentación del prototipo que muestre una imagen fiel a lo que será el producto final, se generaron Mock Ups, los cuales permiten exponer la propuesta de una manera más visual y profesional. En este caso, se combinó el software de Ilustrador y Photoshop para generar maquetas digitales de los productos desarrollados, lo cual permite suplir los inconvenientes de no poder generar las impresiones dados por la situación de pandemia por la que atraviesa el país y el mundo.

#### **5.1.1 Guía Turística**

Esta pieza editorial, está compuesta por un libro de bolsillo en el que constan los lugares más representativos de la ciudad de Ambato; una breve reseña da cada sitio a modo de pequeño artículo, acompañada de su respectiva ilustración. Además de ello, un inserto en parte del medio del libro, que contiene un mapa de la ciudad con los sitios turísticos,



ubicados geográficamente. Se ha almacenado la guía en una página web y se ha generado un código QR que mediante su escaneo redirija a la guía digital para los que prefieran de esta manera.

**Libro Guía Turística:**

Medidas: Formato de bolsillo, 170mm x 135mm

Encuadernación: Tapa blanda, cartoncillo 150gr.

Páginas interiores: 32 páginas. Papel couché de 100gr.

Impresión: Offset, 10.000 unidades

Encuadernado: Cosido

Acabados: Para conservar la calidad de la impresión.

Laminado mate para la portada y contraportada.

UV selectivo para ilustraciones interiores.

**Inserto: mapa de la ciudad**

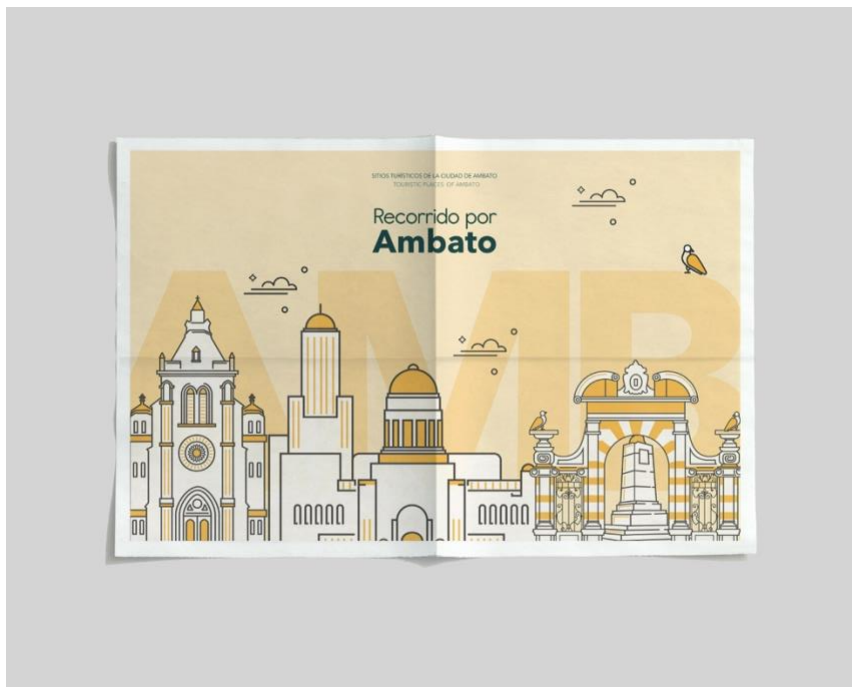
Medidas: Formato A3

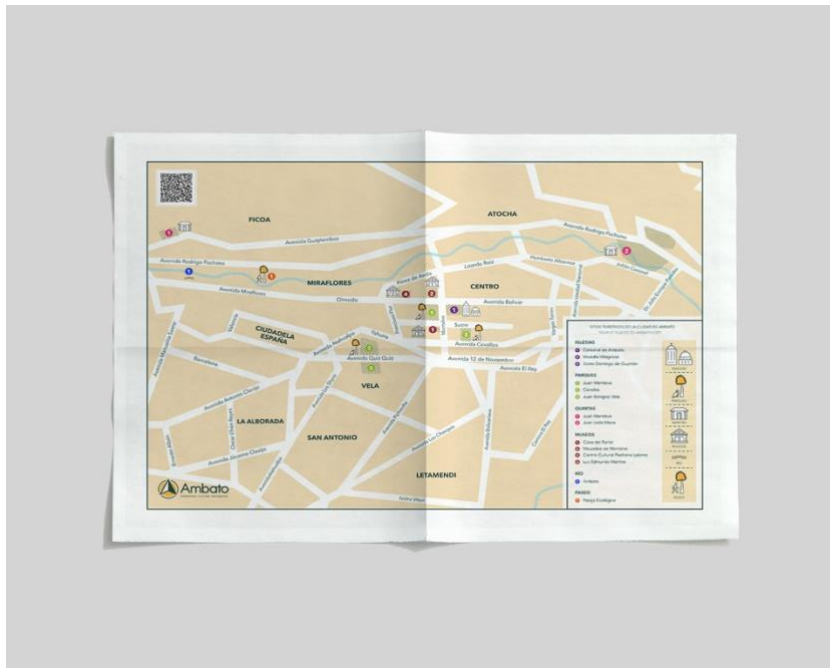
Material: Papel couché de 90gr.

Impresión: Offset, 10.000 unidades



Imagen N.- 9: Prototipo, libro de bolsillo guía turística “Recorrido por Ambato”.





**Imagen N.- 10:** Inserto mapa de la ciudad

**Código QR:** Guía Turística Digital



**Imagen N.- 11:** Código QR Guía Turística Digital

### 5.1.2 Suvenires

Artículos promocionales que se pueden adquirir en los puntos de distribución de la guía turística, elaborados con el fin de generar mayor presencia de la marca “Ambato: patrimonio, cultura y naturaleza” a nivel de la ciudad, por parte de los ciudadanos locales y turistas nacionales o extranjeros.

**Postales:** Ilustraciones de cada uno de los sitios turísticos.

Medidas: 147x 105mm

Material: Papel Couché, 250gr.

Impresión: Offset

Acabados: Anverso con barniz UV brillante, reverso con acabado semi brillante.



**Imagen N.- 12:** Postales con ilustraciones de la ciudad

**Empaque:** Para entrega de la guía y demás suvenires.

Medidas: 20x 25mm

Material: Papel Kraft, 100gr.

Impresión: Serigrafía



**Imagen N.- 13:** Bolsa papel kraft

**Camisetas:** Conmemorativas de la ciudad.

Medidas: S, M, L, XL

Material: Algodón.

Impresión: Sublimado



**Imagen N.- 14:** Camisetas conmemorativas.

**Gorras:** Conmemorativas de la ciudad.

Medidas: Talla Única

Material: Poliéster.

Impresión: Sublimado



**Imagen N.- 15:** Gorras

**Chapas:** Identificador y Código QR

Medidas: ø 44mm

Material: Papel couché 90gr. Chapa de metal

Impresión: Digital



**Imagen N.- 16:** Chapas



**Exhibidor:** Punto de Información

Medidas: 200cm x 83cm

Material: PVC



**Imagen N.- 17:** Exhibidor

## CAPÍTULO VI

### 6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 6.1. Conclusiones

- La investigación desarrollada brinda información relevante que indica que la puesta en práctica de los conceptos de diseño gráfico puede ser aplicada para la creación de material editorial, el mismo que tiene como fin promover el reconocimiento de los lugares turísticos de la ciudad de Ambato, pues, los resultados arrojados por las encuestas realizadas indican que la mayor parte de la población estudiada posee un conocimiento incipiente sobre la cultura e historia de Ambato, esto debido a que no ha recibido información turística de la ciudad, por su parte las personas que han recibido algún tipo de dato afirman que el material entregado no ha sido el adecuado. Con base a estas premisas se desarrolla un prototipo de guía informativa que contribuya al desarrollo de flujo turístico local e internacional.
- Al no contar la ciudad con material turístico idóneo y actualizado, la investigación brindó una idea de cuál es la expectativa que la población espera de la guía turística, razón por la cual se concluye que el material editorial impreso es la opción más adecuada para la elaboración de una guía que transmita información turística histórica y cultural de la ciudad, pues, gran parte de la

muestra encuestada afirma no tener un paquete de datos móviles que les permita utilizar contenido digital. Es por ello que para la elaboración de la guía turística no solo ha bastado con la aplicación de técnicas y tendencias de diseño modernas sino también del conocimiento histórico y ancestral de la ciudad.

- El producto final de la investigación recoge un compendio de los sitios turísticos y emblemáticos de la ciudad, los cuales son parte importante de la historia de Ambato, es importante recalcar que en los últimos años la Municipalidad ha generado convenios de hermanamiento con distintas ciudades del mundo, una razón más que impulsa la elaboración del material editorial. Sin embargo, una de las limitantes que se tuvo en desarrollo del proyecto fue el no poder validarlo directamente con los usuarios, pues, el mismo se realizó en el período enero – agosto 2020 y se vio limitado y afectado por la crisis causada por la pandemia del coronavirus.

## Recomendaciones

- Una vez elaborado el material y en vista de que el mismo resulta útil y necesario para fomentar las visitas a los sitios emblemáticos, se recomienda que este tipo de proyectos no solo se enfoquen a los lugares turísticos, sino que trasciendan hacia otros aspectos que también forma parte de la historia de Ambato como son sus costumbres, barrios tradicionales, culturas milenarias, gastronomía, etc. Sin embargo es importante considerar que si lo que se pretende es impulsar el turismo local e internacional la guía turística debe también ser traducida a idioma inglés.
- Se debe aprovechar la oportunidad que se genera al elaborar material editorial impreso, pues, esta es una forma de que la colectividad en general y principalmente la juventud deje de lado el uso abusivo de la tecnología y pueda disfrutar de los agradables momentos que le pueda brindar una guía impresa. Razón por la cual es imprescindible que se busque un mayor financiamiento a través de gestión con instituciones gubernamentales como el Ministerio de Turismo que permita que el material se encuentre disponible en la mayor cantidad de lugares en la ciudad y su impresión pueda ser realizada de forma continua y masiva.
- Se sugiere que el GAD Municipal de Ambato acoja este tipo de iniciativas que tienen como fin último incentivar el flujo de turismo en la ciudad y contribuir a

su desarrollo económico, para ello es importante que la institución facilite la información histórico-ancestral que posee en sus archivos y además que ponga a disposición al equipo humano de turismo para que el desarrollo de futuras guías turísticas cuente con información técnica, creativa y funcional mucho más amplia y sustentada.

## BIBLIOGRAFÍA

Vicuña. (2016). *Informe de Instituto Nacional de Estadística y Censos*.

Suárez, F. (2006). *Ambato y los símbolos de siempre*. Ambato: Ediciones Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión, Núcleo de Tungurahua.

Herrera, L. (2014). *Tutoría de la Investigación Científica*. Ambato: Gráficas Corona.

Müller, J. (2012). *Sistemas de retículas*. España: Gustavo Gili, SL.

Goeldner, C., & Richie, B. (2011). *Turismo: Planeación, Administración y Perspectivas*. Mexico: Limusa, S.A.

Munari, B. (s.f.). *Diseño y comunicación visual*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SA.

Amadeus, J. (2016). *Tendencias tecnológicas en turismo*. Mexico.

Beck, U. (2000). *¿Qué es la globalización?* Barcelona: Paidós.

Camacho, L. (2018). El material audiovisual y su relación con la Identidad Histórico-Cultural del cantón de Ambato. *Repositorio UTA*.

Caldwell, C., & Zappaterra, Y. (2014). *Diseño Editorial*. Ggili.

Acaso, M. (2009). *El lenguaje Visual*. España: La Española.

Mcintosh, R., Goeldner, C., & Ritchie, J. B. (1999). *TURISMO: Planeación, administración y perspectivas*. Mexico: Limusa.

Censos, I. N. (2010). Obtenido de Ecuador en cifras:  
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>

Laing, J. (2010). *Diseño Gráfico*. Madrid: La Castellana.

- Ecuador, L. O. (2013). *Arcotel*. Obtenido de [https://www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/07/ley\\_organica\\_comunicacion.pdf](https://www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/07/ley_organica_comunicacion.pdf)
- Ecuador. (2019). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de Análisis del sector turístico: <https://www.turismo.gob.ec>
- Munkel, M. (2016). *Diagnostico del sistema de información turística del cantón Ambato y su impacto en el desarrollo del sector productivo*. Obtenido de Repositorio UTA: <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/24522>
- Portillo, & Velis. (2011). *El diseño gráfico*. Mexico: Foroalfa.
- Española, R. A. (2001). *Diccionario de la lengua española*,. Madrid.
- Romero, C. (2013). *Qué hace un diseñador gráfico*. Chile: Pearson Education.
- Lexis. (2008). Constitución de la republica del Ecuador., (pág. 136).
- GADMA. (2020). *GAD Municipalidad de Ambato*. Obtenido de Ciudad y Turismo: <https://ambato.gob.ec>
- Sapag Chain, N. (2016). *Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación*. Mexico: Pearson Education

## ANEXOS

### Anexo 1



### UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

**Encuesta:** “Elaboración de material editorial que sirva de guía informativa de los lugares turísticos de la ciudad de Ambato”

Objetivo: Conocer el nivel de aceptación de la ciudadanía ambateña a cerca de la elaboración de material turístico impreso

Dirigida: Hombres y mujeres de entre 25 a 35 años

1. ¿Conoce usted los sitios turísticos naturales, históricos y emblemáticos que posee la ciudad de Ambato?

Si ( ) No ( )

2. ¿Con qué frecuencia los visita?

Una vez a la semana ( ) Una vez al mes ( ) Solo en feriados ( )

3. ¿Ha recibido usted material turístico e informativo de dichos lugares?

Si ( ) No ( )

4. ¿Cómo califica ese material?

Óptimo ( ) Poco adecuado ( ) Inadecuado ( )

5. ¿Considera adecuado la elaboración de material editorial a manera de una guía turística?

Si ( ) No ( )

6. ¿Cómo le gustaría que sea la presentación de ese material?

Digital ( ) Impreso ( ) Impreso y digital ( )

7. Si su respuesta a la pregunta anterior fue **digital** indique las razones

Es más moderno ( ) Es accesible a cualquier momento ( )



8. Si su respuesta a la pregunta 5 fue **impreso** indique las razones  
Por seguridad ( ) El acceso al internet es limitado ( ) Es más ilustrativo ( )

9. ¿Cómo le gustaría que sea el acceso a dicho material?  
Gratuito ( ) Pagado ( )

GUÍA TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE AMBATO  
TOURISTIC GUIDE OF AMBATO CITY

# Recorrido por **Ambato**



# GUÍA TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE AMBATO

TOURIST GUIDE TO AMBATO CITY

Recorrido por Ambato

Diseño y diagramación:  
Nicole Chang Villacís

Facultad de Diseño y Arquitectura  
Universidad Técnica de Ambato

Enero, 2020.  
Ambato - Ecuador





PATRIMONIO · CULTURA · NATURALEZA

# Ambato

## Jardín del Ecuador

Ambato, según algunos historiadores, fue fundada mucho antes del año 1570, sin embargo el 20 de julio de 1698 un violento terremoto destruyó completamente la ciudad; por lo que Ambato se fundó por segunda vez el 13 de agosto de 1698 y más tarde declaró su independencia el 12 de noviembre de 1820.

Pertenece a la provincia de Tungurahua y se encuentra en el centro de la serranía ecuatoriana, se caracteriza por ser un motor de gran actividad comercial, también conocida como: "Ciudad de las Flores y de las Frutas", "Cuna de los Tres Juanes", "Ciudad Cosmopolita" y "Jardín del Ecuador".

La arquitectura es relativamente nueva debido a que esta ciudad ha tenido que ser reconstruida por los fuertes embates de la naturaleza como son los movimientos sísmicos, el más reciente fue el terremoto del 5 de agosto de 1949 que produjo la destrucción de Pelileo y afectó a Ambato.

Ambato a pesar del dolor, no murió, ha surgido de los escombros hacia nuevos horizontes de progreso y trabajo, gracias al entusiasmo, a esa voluntad férrea y fortaleza de sus hijos, Ambato, ciudad jardín, emporio de riqueza y generadora de bienestar, está ubicada entre las primeras ciudades del Ecuador.



TODOS LOS DÍAS, DE 07:00 A 19:00

AV. BOLIVAR Y JUAN MONTALVO

# Entre historia y vitrales

Símbolo del renacer de  
la comunidad ambateña.

La Catedral de Ambato es uno de los lugares más visitados. Dentro y fuera de esta iglesia existen dos atractivos principales que son: los vitrales de los apóstoles de Jesús que se ubican en las cúpulas de la iglesia y las guardianas de este templo que son las palomas que con su acostumbrado gorjeo y su singular vuelo por dentro y fuera de la iglesia nos hace pensar que vigilan cada movimiento que se realiza.

Esta moderna edificación **se destaca en el pasaje arquitectónico de la urbe** por lo preciado de sus proporciones; es la iglesia más importante de los católicos.

La Catedral se observa desde todos los rincones de la ciudad debido a su imponente cúpula, fue construida para reemplazar a la Iglesia Matriz de Ambato que fue seriamente afectada por el terremoto de 1949.

# CATEDRAL DE AMBATO



SÍMBOLO ARQUITECTÓNICO DE LA CIUDAD

Renacer de la comunidad Ambateña



TODOS LOS DÍAS, DE 06:00 A 19:00  
AV. BOLIVAR Y JUAN MONTALVO

# Fotografía y descanso

Riqueza histórica  
y cultural ambateña.

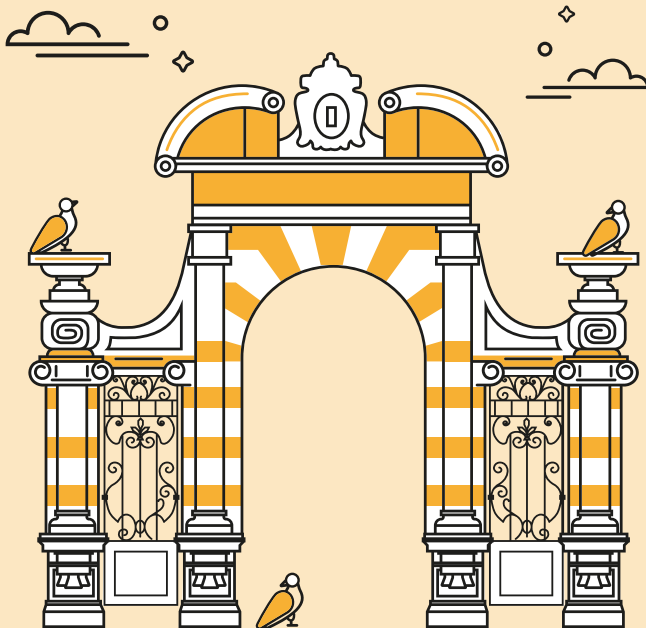
Está situado en pleno centro de la ciudad, frente a la Catedral y a la Casa de Montalvo. Influenciado por la arquitectura española, construido desde 1905 en el sitio de la Plaza Matriz gracias al gobierno de Eloy Alfaro, terminándose e inaugurándose en 1911.

En la parte central del parque **se levanta el monumento a Don Juan Montalvo elaborado en bronce** y la

efigie de Apolo Musageta tocando la lira, elaborado en mármol de Carrara, ambas figuras se hicieron en Italia.

Este parque presenta especies ornamentales como es el caso del pino en donde se han diseñado algunas figuras, olivos, araucaria, palma de jardín, cepillo, guaba, herbáceas como el taraxaco, la buganvilla o veranera, entre las más representativas.

# PARQUE MONTALVO



PARQUE MÁS REPRESENTATIVO DE AMBATO  
En memoria del "Cervantes de América" Don Juan Montalvo.





TODOS LOS DÍAS, DE 06:00 A 19:00  
AV. CEVALLOS Y JOAQUÍN LALAMA

# El reloj marca el encuentro

Lugar emblemático  
de la urbe.

El reconocido parque Pedro Fermín Cevallos, **es considerado como patrimonio de Ambato, frente a su historia mantenida por más de siete décadas**, acogiendo a los ciudadanos. Es un lugar emblemático de la urbe.

Antiguamente este parque era llamado plaza de San Bartolomé, fue la segunda plaza que se construyó y también la segunda en importancia dentro del cantón.

En la época republicana pasó a ser la Plaza 10 de Agosto y a mediados de los años 40 se construyó en este espacio el parque Pedro Fermín Cevallos, en memoria del abogado, político e historiador ambateño, conocido como 'Primer Historiador de la República', de quien luce un monumento en el centro del área.

Es el punto de encuentro de amigos, enamorados y localidad en general.

# PARQUE CEVALLOS



PARQUE MÁS VISITADO DE LA CIUDAD  
Punto de arribo y despedida de viajeros



LUNES A VIERNES, DE 07:00 A 20:00

AV. QUIS QUIS

# Parque de los enamorados

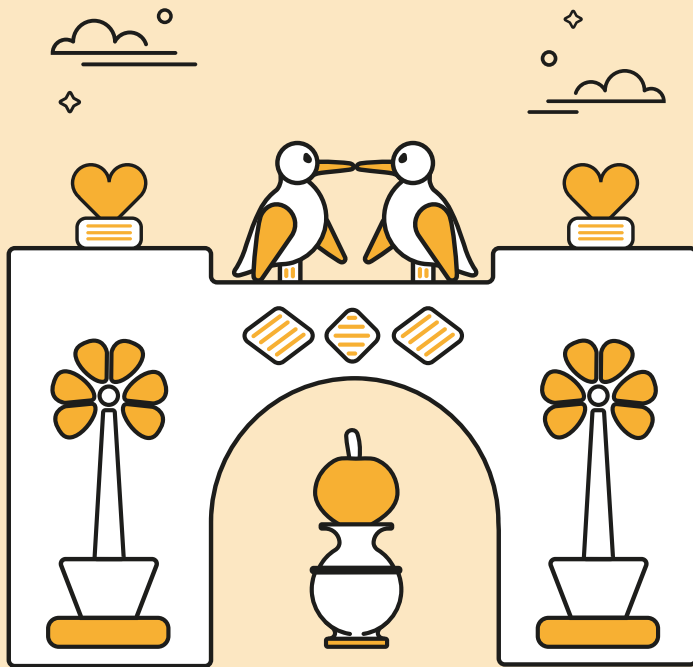
“Escultura en verde” única en su género en la ciudad.

Toma su nombre en homenaje al ilustre ambateño Juan Benigno Vela por su destacada actividad como periodista, político y orador.

Este parque está dividido en dos partes por la avenida Quis Quis, en la parte sur destaca su ornamentación y tiene atracciones para niños. Cuenta con una piscina, canchas y juegos de todo tipo para el sano esparcimiento. Una muestra espectacular de su arquitectura son las distintas formas

que representan algunos personajes de la historia. **Tallados en ciprés; estas maravillas convierten al parque un lugar donde se conjugan armoniosamente amor, arte, belleza,** y conllevan a un espectáculo único digno de ser apreciado por propios y extraños. Es el sitio donde los turistas recrean su mirada con los bien cuidados jardines, mausoleos y las figuras de corte precolombino creadas en los cipreses.

# PARQUE JUAN BENIGNO VELA



MARAVILLA MODERNA  
Tradición, diversión y amor



TODOS LOS DÍAS, DE 07:00 A 21:00

C/ ROCAFUERTE Y LALAMA

# La fe que no descansa

Una Iglesia con un  
Secreto Misterioso.

Para la construcción de este bello templo en 1920, se utilizó piedra cantera tallada para su edificación neogótica, que le proporciona una belleza excepcional que es considerada patrimonio cultural de la ciudad.

En Ambato San Gonzalo tiene su imagen a las afueras del templo, en donde fieles y creyentes encienden velas y extienden plegarias hacia él, con el fin de obtener un milagro.

La Medalla Milagrosa presenta una **curiosidad que pocos saben y que al conocerla llama la atención de propios y extraños.**

La iglesia de la Medalla Milagrosa tiene mucha historia por conocer y que a lo largo de los tiempos ha ido tomando forma por su estructura y riqueza cultural. Un lugar de acogimiento religioso de nuestra querida ciudad jardín.

# IGLESIA MEDALLA MILAGROSA



PATRIMONIO CULTURAL DE LA CIUDAD  
Belleza excepcional



TODOS LOS DÍAS, DE 07:00 A 21:00

AV. CEVALLOS Y ROCAFUERTE

# Templo con fe e historia

Obra significativa  
de la arquitectura.

Constituye un Santuario regentado por la Comunidad Dominicana de la ciudad de Ambato. Fue inaugurada en el año de 1952. Su construcción antigua fue destruida casi en su totalidad por el terremoto que afectó gran parte de la ciudad de Ambato en 1949.

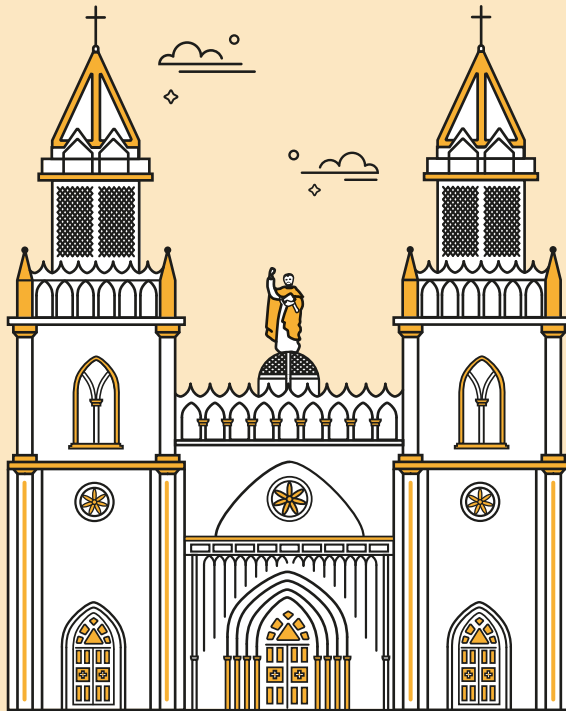
**Conserva un estilo gótico, el pretil completamente elaborado en piedra.** Su fachada muestra a la imagen de Santo Domingo ubicado

en medio de dos torres paralelas que terminan en figuras cónicas.

Su área interna está conformada por una nave central y dos naves laterales. La estrecha nave central culmina en un sobrio atrio moderno tallado en madera.

Las naves laterales soportan a la estructura superior a partir de una serie de arcos que se complementan con vitrales que llenan de luz a toda la iglesia.

# IGLESIA SANTO DOMINGO DE GUZMÁN



SANTUARIO ARQUITECTÓNICO  
Punto de reencuentro espiritual





MIÉRCOLES A DOMINGO DE 09:30 A 16:00  
AV. LOS GUAYTAMBOS, SECTOR FICOA

# Naturaleza y encanto

Cuna del “Cervantes  
de América”.

Cada uno de sus pasillos muestra las diferentes facetas del pensador, político, escritor y sobre todo maestro más destacado del mundo de las letras.

Los objetos de la casona legendaria dejan una idea más clara de su vida y obra y exponen también el ambiente sereno en el cual creció y se inspiró, dando gran relevancia a la naturaleza y a su época.

La extensión es de 6.619 metros cuadrados y su entorno está decorado con flores y árboles centenarios que rodean la vivienda de anchos muros de tapial y **bases de piedra que cobijaron al “Cervantes de América”.**

Dentro de la vivienda se han adecuado tres salas de exhibición: la sala, el dormitorio y el estudio que muestran a los visitantes distintos muebles y otros objetos que pertenecieron a Montalvo.

# QUINTA DE JUAN MONTALVO



ÍCONO DE LA CULTURA AMBATEÑA  
Refugio predilecto del insigne ambateño



MIÉRCOLES A DOMINGO DE 09:00 A 17:00  
AV. RODRIGO PACHANO, SECTOR ATOCHA

# Historia y naturaleza

## La mágica Quinta de Juan León Mera.

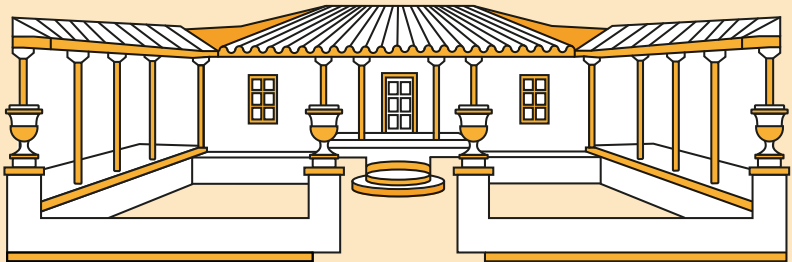
La quinta conjuga el arte y la cultura ecuatoriana, con una riqueza natural extraordinaria que la hacen un icono de la nacionalidad del país.

Es catalogada como Patrimonio Histórico Nacional, ya que cuenta con un maravilloso entorno botánico con 250 especies vegetales entre nativas e introducidas, además cuenta con 7 especies endémicas que son únicas en América.

Entre las paredes de adobe de la Quinta se conservan recuerdos, manuscritos, pinturas y fotografías de quien fue uno de los hombres más importantes de la literatura ecuatoriana, que hablan de su gran amor por el arte.

La Quinta es de una **estructura arquitectónica típica de la época republicana**, los jardines son de estilo francés debido a los espejos de agua y un estilo oriental por las palmeras.

# QUINTA JUAN LEÓN MERA



PATRIMONIO NACIONAL

Hermoso museo con entorno natural



LUNES A VIERNES DE 09:00 A 18:00

C/ MONTALVO Y BOLÍVAR

# Eterno legado cultural

Un lugar que te transporta  
en la historia.

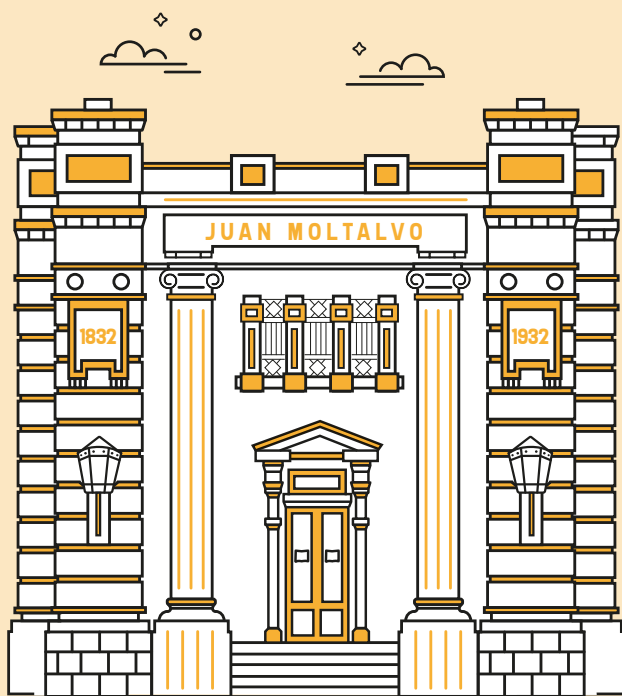
La Casa y Mausoleo de Juan Montalvo es uno de los principales atractivos turísticos de la ciudad y patrimonio del Ecuador, por que aquí nace el más grande escritor latinoamericano del siglo XIX.

El museo abre sus puertas en 1988 como institución pública con el objetivo de difundir y promocionar la vida y la obra de Juan Montalvo. En su interior se puede encontrar un mausoleo que se asemeja a un altar

griego, donde reposan los restos del ilustre escritor.

La Casa de Montalvo es una imponente construcción que **guarda celosamente una buena cantidad de materiales incunables**, manuscritos, documentos, cartas, artículos de diversa índole, todos son un tesoro invaluable para la ciudad de Ambato. El Mausoleo fue diseñado por el Arquitecto Jorge Mideros.

# CASA Y MAUSOLEO DE JUAN MONTALVO



EDIFICIO DE ARQUITECTURA NEOCLÁSICA  
Íconos de la cultura y el turismo



MIÉRCOLES A DOMINGO DE 09:00 A 17:00

C/GUAYAQUIL Y BOLÍVAR

# Exposiciones y artistas

## Estilos, tendencias y técnicas de las artes plásticas

La casa donde se asienta esta institución **tiene 130 años según datos del Instituto Nacional de Patrimonio**. El inmueble es de construcción mixta el adobe, bareque, conjuntamente con el chaguarquero hacen de la edificación sismo resistente.

Esta edificación perteneció al coronel Ignacio Holguín Barona, quien heredó la casa de su padre.

El coronel era un buen amigo del

expresidente Eloy Alfaro, que muchas veces se hospedó en esta casa cuando venía de visita a estas tierras.

Luego fue cedida a la última hija del coronel, Piedad Holguín Herdoiza, quien fue la esposa de Edmundo Martínez Mera, famoso pintor de la localidad. La pareja fue la última en vivir en esta casa.

# MUSEO LUIS EDMUNDO MARTÍNEZ MERA



MUSEO PICTÓRICO  
El arte de ilustres ambateños





TODOS LOS DÍAS, DE 09:00 A 16:00

C/ SUCRE Y JUAN MONTALVO

# Infraestructura colonial

Estilo republicano y majestuosa  
construcción de piedra.

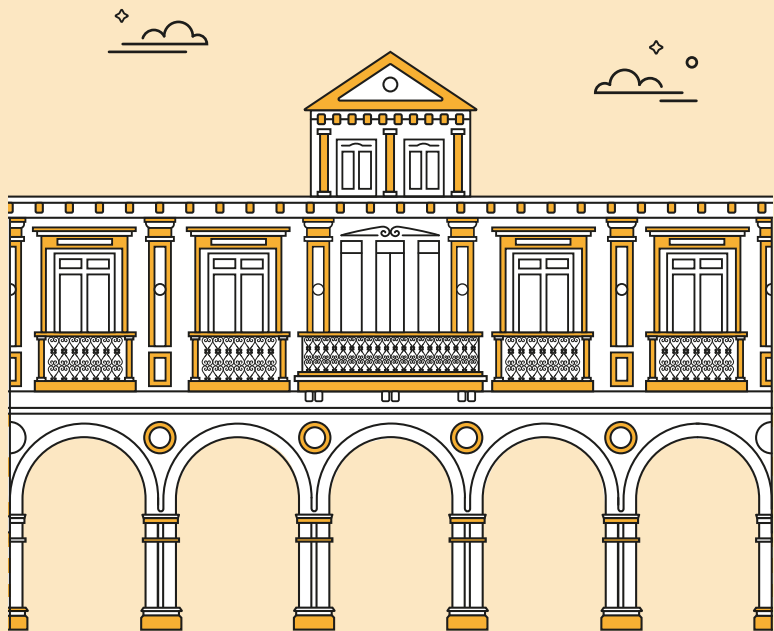
La Casa del Portal data del año 1900, su infraestructura es de carácter colonial construida con piedra pishilata traída de las canteras de Pelileo y bareque.

La casa cuenta con dos plantas, con grandes pasillos, un amplio patio central y piso de piedra donde se realizan exposiciones, sobre todo en las fiestas de Ambato, una de las más reconocidas es la que organiza el Gobierno Provincial donde se mues-

tran extraordinarios diseños florales a la que asisten miles de visitantes nacionales y extranjeros.

Esta casona **constituye uno de los elementos fundamentales dentro del centro-histórico de la ciudad**, caminar por allí es evocar otra época de añoranza y de pertenencia por la ciudad acompañada de música clásica que estremece los sentidos con las exhibiciones artísticas.

# MUSEO PROVINCIAL CASA DEL PORTAL



PATRIMONIO CULTURAL

Vestigios arqueológicos, muestras pictóricas



MIÉRCOLES A DOMINGO DE 09:00 A 17:00

C/ MERA Y ROCAFUERTE ESQUINA

# Cultura, arte, y ciencia

Bellas artes, música clásica  
nacional e internacional.

La casa perteneció a la familia Pachano Lalama.

Su construcción data de a finales del siglo 19. En esta casa nacieron grandes personalidades de la ciudad, como Rodrigo Pachana Lalama, autor del himno de la provincia y de la ciudad; Abelardo Pachano Lalama, distinguido científico, descubridor de algunas especies y responsable de la introducción del Guaytambo desde Norteamérica, conocido como 'White

Peach'.

La casa tiene restaurada cuatro años, se la inauguró en el año 2013 en la Fiesta de las Flores y las Frutas de esa edición. Su infraestructura hace un llamado para que todos los turistas visiten el Centro Cultural.

**La edificación forma parte del patrimonio cultural** y con patio central y habitaciones perimetrales de la época Republicana.

# CENTRO CULTURAL PACHANO LALAMA



UN MUSEO DE BELLAS ARTES

Promotor cultural



TODOS LOS DÍAS: ACCESO LIBRE  
C/ MERA Y ROCAFUERTE ESQUINA

# Caudal de vida

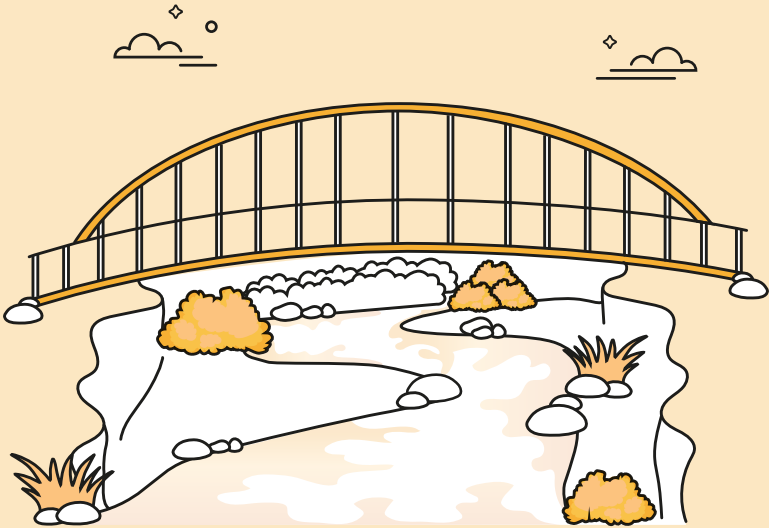
Fuerza hidráulica  
vital para el desarrollo.

Nace en la cordillera de los Andes de los deshielos y manantiales del Chimborazo y el Carihuairazo. Recorre varios kilómetros hasta llegar a la ciudad de Ambato, por donde ingresa a través del suroeste por la quebrada del casigana, en donde toma un contacto directo con la ciudad hasta recorrer cerca de cuatro kilómetros hasta la quinta de Juan León Mera, en donde se devincula por su gran depresión de la ciudad. Continúa su

recorrido hasta desembocar en el río Patate, que junto al río Chambo son afluente del río Pastaza y que posteriormente conforma el río Amazonas, el más grande del mundo.

El río es el último espacio dentro de la ciudad en el que no ha existido desarrollo urbano, que **hoy se lo aprecia como una franja verde que atraviesa toda la ciudad y es un gran ícono visual.**

# RÍO AMBATO

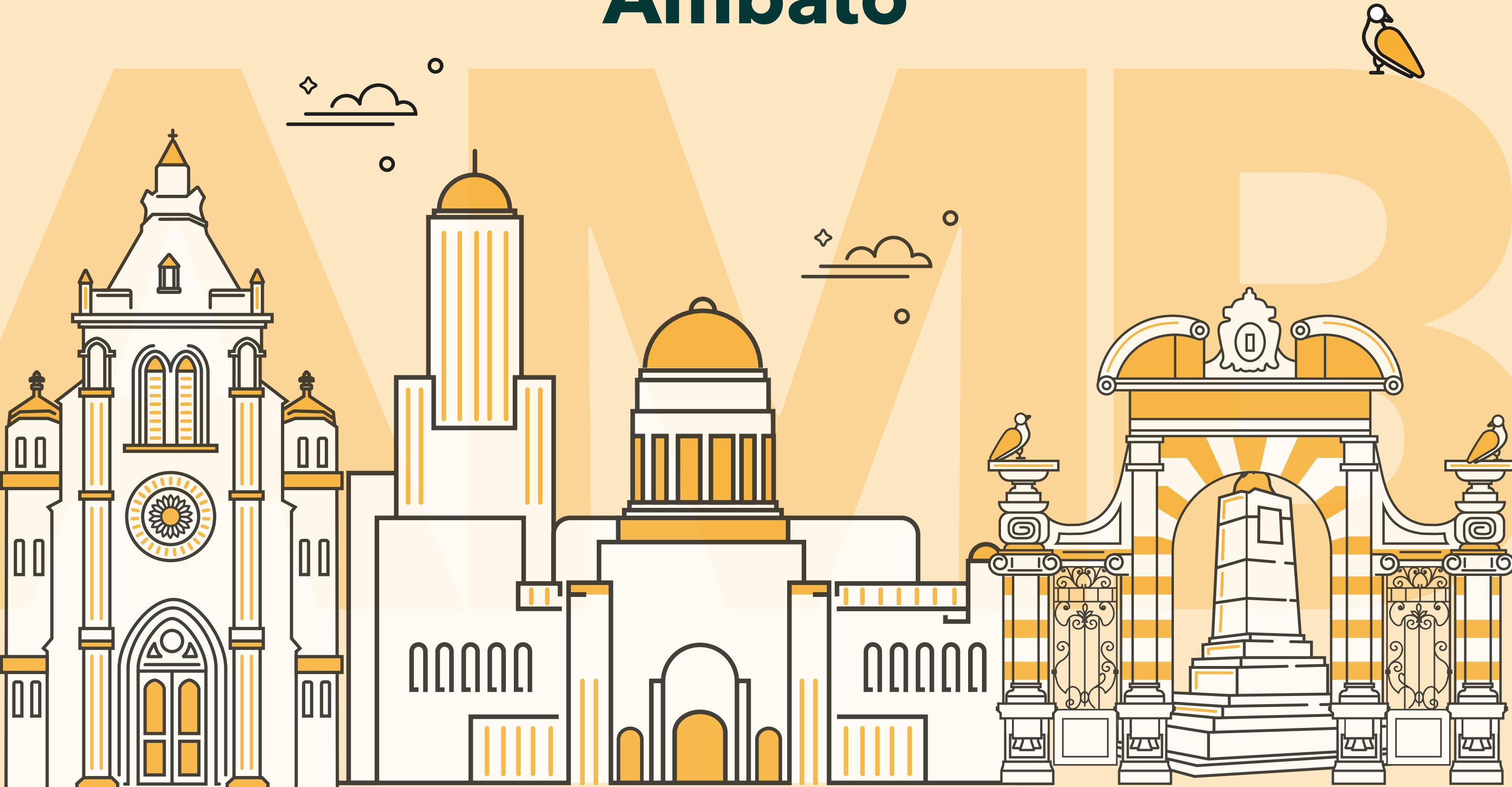


FUENTE DE INSPIRACIÓN

Motor de la ciudad

SITIOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE AMBATO  
TOURISTIC PLACES OF AMBATO

# Recorrido por **Ambato**





SITIOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE AMBATO  
TOURIST PLACES TO AMBATO CITY

IGLESIAS

- 1 Catedral de Ambato
- 2 Medalla Milagrosa
- 3 Santo Domingo de Guzmán



PARQUES

- 1 Juan Montalvo
- 2 Cevallos
- 3 Juan Benigno Vela



QUINTAS

- 1 Juan Montalvo
- 2 Juan León Mera



MUSEOS

- 1 Casa del Portal
- 2 Mausoleo de Montalvo
- 3 Centro Cultural Pachano Lalama
- 4 Luis Edmundo Martíne



RÍO

- 1 Ambato



PASEO

- 1 Pasaje Ecológico







# Catedral de Ambato



PATRIMONIO · CULTURA · NATURALEZA

## CATEDRAL DE AMBATO

Edificio religioso que pertenece a la Iglesia Católica y se encuentra ubicado entre las calles Bolívar y Montalvo frente al Parque Juan Montalvo de la ciudad de Ambato capital de la provincia de Tungurahua en el centro del país sudamericano de Ecuador. Tiene la distinción de Basílica menor desde abril de 1961.



---

---

---

---

---



PATRIMONIO · CULTURA · NATURALEZA

# Parque Montalvo



PATRIMONIO · CULTURA · NATURALEZA

## PARQUE MONTALVO

Está situado en pleno centro de la ciudad, frente a la Catedral y a la Casa de Montalvo. Influenciado por la arquitectura española, construido desde 1905 en el sitio de la Plaza Matriz gracias al gobierno de Eloy Alfaro, terminándose e inaugurándose en 1911.



---

---

---

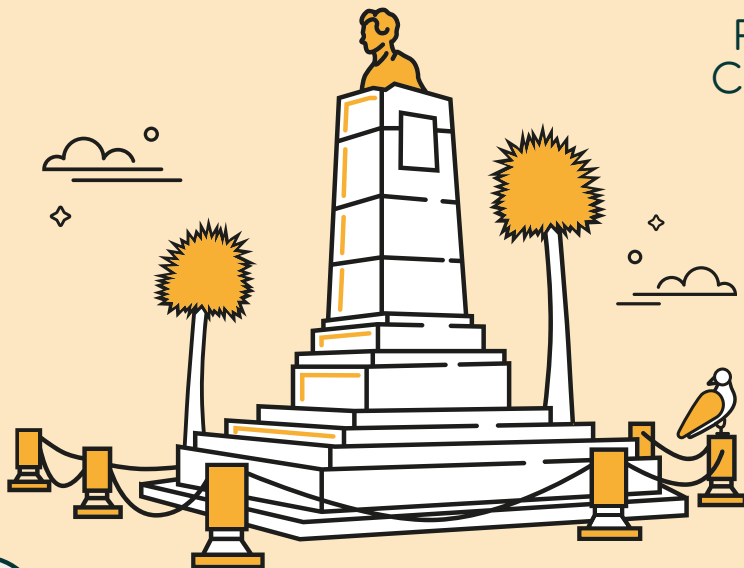
---

---



PATRIMONIO · CULTURA · NATURALEZA

# Parque Cevallos



PATRIMONIO · CULTURA · NATURALEZA

## PARQUE CEVALLOS

El reconocido parque Pedro Fermín Cevallos, es considerado como patrimonio de Ambato, frente a su historia mantenida por más de siete décadas, acogiendo a los ciudadanos. Es un lugar emblemático de la urbe.

Antiguamente este parque era llamado plaza de San Bartolomé, fue la segunda plaza que se construyó y también la segunda en importancia dentro del cantón.



PATRIMONIO · CULTURA · NATURALEZA



---

---

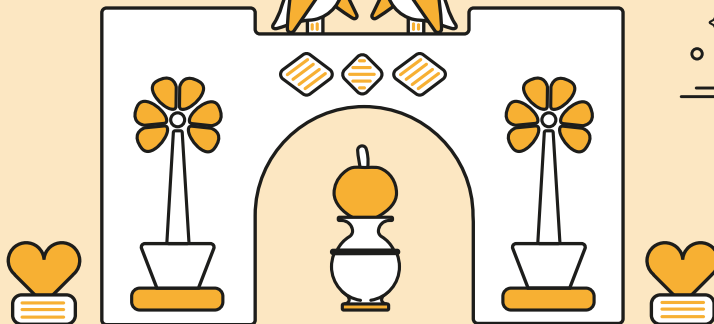
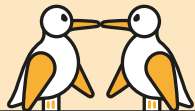
---

---

---

---

# Parque Juan Benigno Vela



PATRIMONIO · CULTURA · NATURALEZA



## PARQUE “DE LOS ENAMORADOS” JUAN BENIGNO VELA

Los tallados en ciprés convierten al parque en un lugar donde se conjugan armoniosamente amor, arte, belleza, y conllevan a un espectáculo único digno de ser apreciado por propios y extraños. Es el sitio donde los turistas recrean su mirada con los bien cuidados jardines, mausoleos y las figuras de corte precolombino.



PATRIMONIO · CULTURA · NATURALEZA

---

---

---

---

---

---

# Iglesia Medalla Milagrosa



PATRIMONIO · CULTURA · NATURALEZA

# IGLESIA MEDALLA MILAGROSA

Para la construcción de este bello templo en 1920, se utilizó piedra cantera tallada para su edificación neogótica, que le proporciona una belleza excepcional que es considerada patrimonio cultural de la ciudad.

La Medalla Milagrosa presenta una curiosidad que pocos saben y que al conocerla llama la atención de propios y extraños.

*¡Visita Ambato!*



PATRIMONIO · CULTURA · NATURALEZA



---

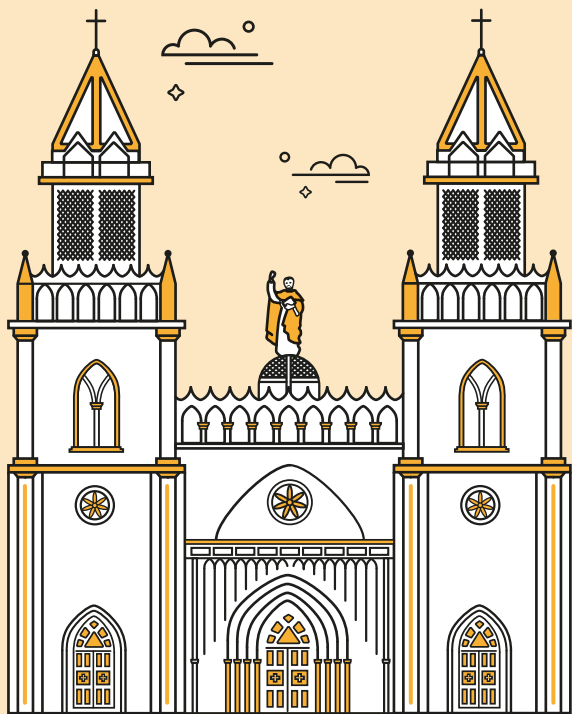
---

---

---

---

# Iglesia Santo Domingo de Guzmán



PATRIMONIO · CULTURA · NATURALEZA

## IGLESIA SANTO DOMINGO DE GUZMÁN

Constituye un Santuario regentado por la Comunidad Dominicana de la ciudad de Ambato. Fue inaugurada en el año de 1952. Su construcción antigua fue destruida casi en su totalidad por el terremoto que afectó gran parte de la ciudad de Ambato en 1949.



PATRIMONIO · CULTURA · NATURALEZA



---

---

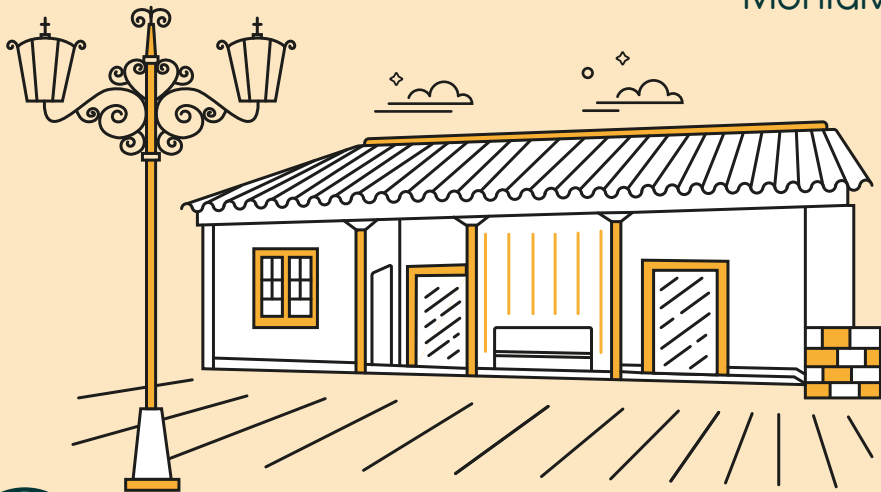
---

---

---

---

# Quinta de Juan Montalvo



PATRIMONIO · CULTURA · NATURALEZA

## QUINTA DE JUAN MOLTALVO

La extensión es de 6.619 metros cuadrados y su entorno está decorado con flores y árboles centenarios que rodean la vivienda de anchos muros de tapial y bases de piedra que cobijaron al “Cervantes de América”.

Cada uno de sus pasillos muestra las diferentes facetas del pensador, político, escritor y sobre todo maestro más destacado del mundo de las letras



PATRIMONIO · CULTURA · NATURALEZA



---

---

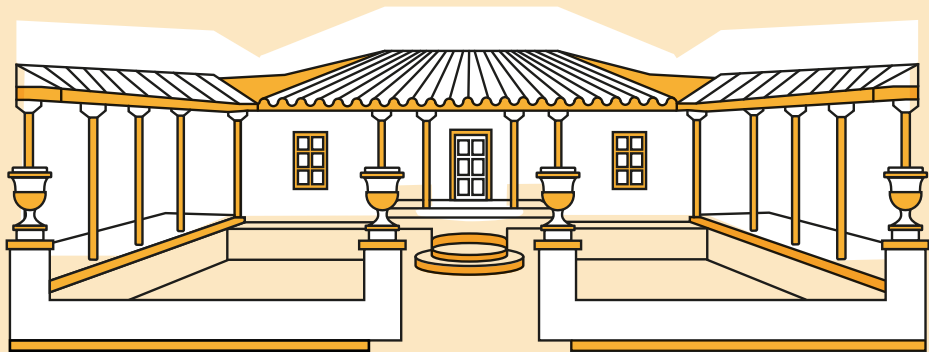
---

---

---

---

# Quinta Juan León Mera



PATRIMONIO · CULTURA · NATURALEZA



## QUINTA JUAN LEÓN MERA

La quinta conjuga el arte y la cultura ecuatoriana, con una riqueza natural extraordinaria que la hacen un icono de la nacionalidad del país.

Catalogada como Patrimonio Histórico Nacional, ya que cuenta con un maravilloso entorno botánico con 250 especies vegetales entre nativas e introducidas, además cuenta con 7 especies endémicas que son únicas en América.



PATRIMONIO · CULTURA · NATURALEZA



---

---

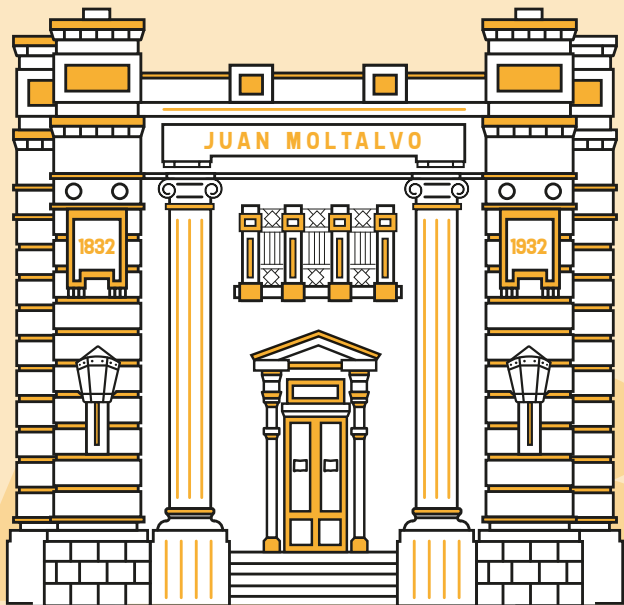
---

---

---

---

# Mausoleo de Juan Montalvo



PATRIMONIO · CULTURA · NATURALEZA

## MAUSOLEO DE JUAN MONTALVO

El museo abre sus puertas en 1988 como institución pública con el objetivo de difundir y promocionar la vida y la obra de Juan Montalvo. En su interior se puede encontrar un mausoleo que se asemeja a un altar griego, donde reposan los restos del ilustre escritor.



*¡Visita Ambato!*



PATRIMONIO · CULTURA · NATURALEZA



---

---

---

---

---

# Museo Luis Edmundo Martínez Mera



PATRIMONIO · CULTURA · NATURALEZA

## MUSEO LUIS EDMUNDO MARTÍNEZ MERA

La casa donde se asienta esta institución tiene 130 años según datos del Instituto Nacional de Patrimonio. El inmueble es de construcción mixta el adobe, bareque, conjuntamente con el chaguarquero hacen de la edificación sismo resistente.



PATRIMONIO · CULTURA · NATURALEZA



---

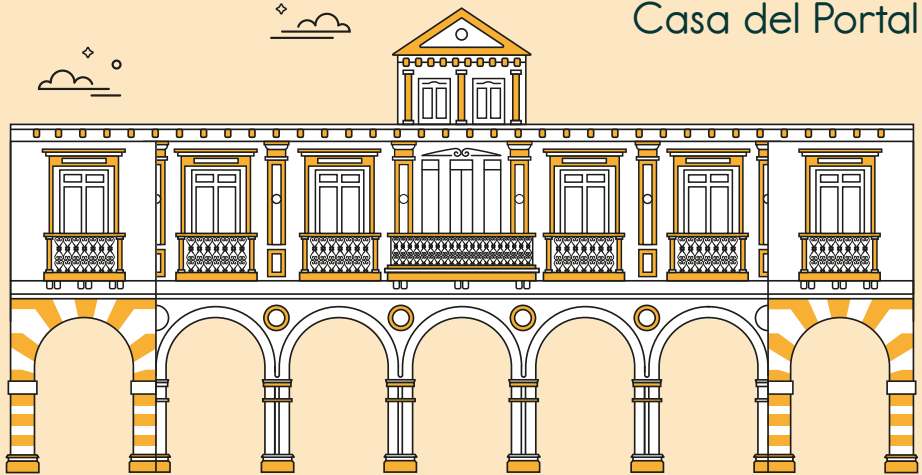
---

---

---

---

# Museo Provincial Casa del Portal



PATRIMONIO · CULTURA · NATURALEZA

## MUSEO PROVINCIAL CASA DEL PORTAL

Esta casona constituye uno de los elementos fundamentales dentro del centro-histórico de la ciudad, caminar por allí es evocar otra época de añoranza y de pertenencia por la ciudad acompañada de música clásica que estremece los sentidos con las exhibiciones artísticas.



PATRIMONIO · CULTURA · NATURALEZA



---

---

---

---

---

---

# Centro Cultural Pachano Lalama



PATRIMONIO · CULTURA · NATURALEZA



## CENTRO CULTURAL PACHANO LALAMA

La casa tiene restaurada cuatro años, se la inauguró en el año 2013 en la Fiesta de las Flores y las Frutas de esa edición. Su infraestructura hace un llamado para que todos los turistas visiten el Centro Cultural.

La edificación forma parte del patrimonio cultural q con patio central y habitaciones perimetrales de la época Republicana.



---

---

---

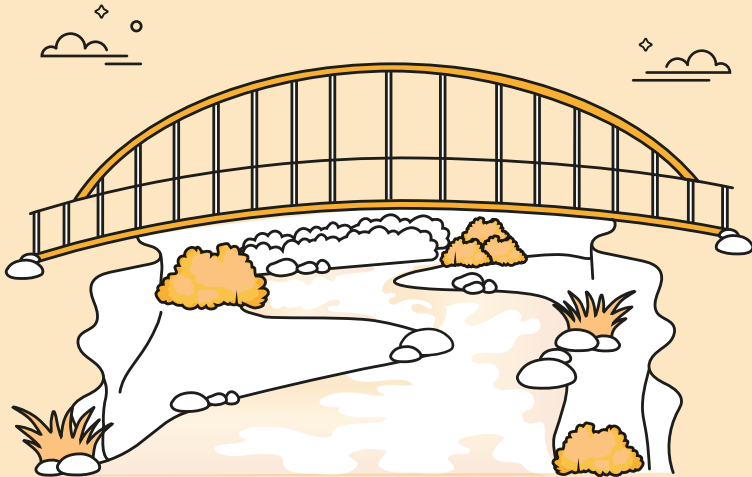
---

---



PATRIMONIO · CULTURA · NATURALEZA

# Río Ambato



PATRIMONIO · CULTURA · NATURALEZA

## RÍO AMBATO

Nace en la cordillera de los Andes de los deshielos y manantiales del Chimborazo y el Carihuairazo. Recorre varios kilómetros hasta llegar a la ciudad de Ambato, por donde ingresa a través del suroeste por la quebrada del casigana.



---

---

---

---

---



PATRIMONIO · CULTURA · NATURALEZA