



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

Proyecto Técnico previo a la obtención del Título de Licenciatura en
diseño gráfico

**“La ilustración como medio de difusión de los lugares
icónicos de las parroquias urbanas de la ciudad de Ambato”.**

Autora: Barona Freire Karla Sofía

Tutor: Dis.Mg. Ruiz Pérez, Christian Gabriel

Ambato – Ecuador

Agosto, 2023

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto Técnico sobre el tema: **“La ilustración como medio de difusión de los lugares icónicos de las parroquias urbanas de la ciudad de Ambato”** del/la alumno/a Barona Freire Karla Sofía, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico, 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, agosto 2023

EL TUTOR

.....

Dis.Mg. Ruiz Pérez, Christian Gabriel

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto Técnico **“La ilustración como medio de difusión de los lugares icónicos de las parroquias urbanas de la ciudad de Ambato”**, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este trabajo de grado.

Ambato, agosto 2023

LA AUTORA

.....

Karla Sofía Barona Freire

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este 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, agosto 2023

El autor

.....

Karla Sofía Barona Freire

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto I, sobre el tema “**La ilustración como medio de difusión de los lugares icónicos de las parroquias urbanas de la ciudad de Ambato**”, de Karla Sofía Barona Freire, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, agosto 2023

Para constancia firman

Nombres y Apellidos
PRESIDENTE

Nombres y Apellidos
MIEMBRO CALIFICADOR

Nombres y Apellidos
MIEMBRO CALIFICADOR

Tabla de contenido

ÍNDICE DE IMÁGENES.....	9
ÍNDICE DE GRÁFICOS	11
ÍNDICE DE TABLAS.....	14
1. CAPÍTULO I. ANTECEDENTES	20
1.1 TEMA	20
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	20
1.2.1 <i>Macro</i>	20
1.2.2 <i>Meso</i>	22
1.2.3 <i>Micro</i>	23
1.3 ÁRBOL DE PROBLEMAS	27
1.4 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	28
1.5 OBJETIVOS	29
1.5.1 <i>Objetivo general</i>	29
1.5.2 <i>Objetivos específicos</i>	29
2. CAPÍTULO II. MARCO REFERENCIAL.....	30
2.1 ESTADO DE LA CUESTIÓN	30
2.2 ENFOQUE SOCIAL DEL DISEÑO.....	33
2.3 MARCO LEGAL	34
2.4 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES	37
2.5 REDES CONCEPTUALES.....	38
2.6 MARCO CONCEPTUAL.....	40
2.6.1 <i>Diseño gráfico</i>	40
2.6.2 <i>Comunicación visual</i>	40
2.6.3 <i>Semiótica</i>	40
2.6.4 <i>Significante</i>	41
2.6.5 <i>Significado</i>	41
2.6.6 <i>Elementos visuales</i>	41
2.6.7 <i>Elementos de relación</i>	42
2.6.8 <i>Diseño Editorial</i>	43

2.6.9	<i>Formato</i>	44
2.6.10	<i>Réticula</i>	44
2.6.11	<i>Tipografía</i>	45
2.6.12	<i>Jerarquía</i>	46
2.6.13	<i>Ilustración</i>	46
2.6.14	<i>Tipos de ilustración</i>	46
2.6.15	<i>Ilustración flat</i>	46
2.6.16	<i>Ilustración de Line Art</i>	47
2.6.17	<i>Ilustración vectorial</i>	47
2.6.18	<i>Síntesis gráfica</i>	48
2.6.19	<i>Identidad cultural</i>	49
2.6.20	<i>Transculturación</i>	49
2.6.21	<i>Aculturación</i>	50
2.6.22	<i>Enculturación</i>	50
2.6.23	<i>Recursos turísticos</i>	50
2.6.24	<i>Recursos naturales</i>	50
2.6.25	<i>Flora y fauna</i>	51
2.6.26	<i>Ríos</i>	51
2.6.27	<i>Recursos culturales</i>	51
2.6.28	<i>Recursos culturales tangibles</i>	52
2.6.29	<i>Artesanías</i>	52
2.6.30	<i>Literatura</i>	52
2.6.31	<i>Gastronomía</i>	53
2.6.32	<i>Lugares icónicos</i>	53
2.6.33	<i>Iglesias</i>	53
2.6.34	<i>Museos</i>	54
2.6.35	<i>Mercados</i>	54
2.6.36	<i>Quintas y casas-museo</i>	54
2.6.37	<i>Parques</i>	55
2.6.38	<i>Recursos culturales intangibles</i>	55
2.6.39	<i>Música y danza</i>	55
2.6.40	<i>Fiestas y ceremonias</i>	56

2.6.41	<i>Leyendas y mitos</i>	57
3	CAPÍTULO III. INVESTIGACIÓN DE MERCADO	58
3.1	ANÁLISIS EXTERNO	58
3.1.1	<i>Análisis PEST</i>	58
3.1.2	<i>Análisis político</i>	58
3.1.3	<i>Análisis económico</i>	59
3.1.4	<i>Análisis social</i>	60
3.1.5	<i>Análisis tecnológico</i>	60
3.1.2	<i>Tendencias</i>	61
3.1.3	<i>Segmentación del mercado potencial</i>	64
3.1.4	<i>Análisis del sector y del mercado de referencia</i>	65
3.1.5	<i>Índice de saturación del mercado potencial</i>	65
3.1.6	<i>Análisis estratégico de la competencia – benchmarking</i>	66
3.2	ANÁLISIS FODA	72
3.2.1	<i>Fortalezas</i>	72
3.2.2	<i>Oportunidades</i>	72
3.2.3	<i>Debilidades</i>	72
3.2.4	<i>Amenazas</i>	73
3.2.5	CUADRO RESUMEN DEL ANÁLISIS FODA	74
3.3	RENTABILIDAD	75
4	CAPÍTULO IV. METODOLOGIA	76
4.1	MÉTODO	76
4.2	ENFOQUE DEL PROYECTO	76
4.3	MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN	77
4.4	NIVEL DE INVESTIGACIÓN	77
4.5	POBLACIÓN Y MUESTRA	78
4.5.1	<i>Perfiles destinados para entrevistas</i>	79
4.6	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	79
4.6.1	<i>Entrevistas</i>	79
4.7	ENCUESTAS	89
4.6.2	<i>Fichas de información</i>	102

5	CAPÍTULO V. DESARROLLO DE LA PROPUESTA	109
5.1	DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROYECTO	109
5.2	OBJETIVOS	109
5.2.1	<i>Objetivo general</i>	109
5.2.2	<i>Objetivos específicos:</i>	109
5.3	CONCEPTO	110
5.3.1	<i>Tono y estilo</i>	110
5.3.2	<i>Descripción Técnica del producto</i>	111
5.3.3	<i>Etapas</i>	112
5.3.4	<i>Fechas de publicación para post en redes sociales</i>	113
5.3.5	<i>Acabados</i>	115
5.3.6	<i>Composición</i>	115
5.3.7	<i>Funcionalidad</i>	120
5.3.8	<i>Expresión creativa</i>	120
5.3.9	<i>Valor agregado</i>	120
5.3.10	<i>Materiales e Insumos</i>	121
5.3.11	<i>Formatos</i>	122
5.3.12	<i>Presupuesto</i>	123
5.4	CONSTRUCCIÓN DE PROTOTIPO.....	124
5.4.1	<i>Identidad visual</i>	124
5.4.2	<i>Manual de identidad visual</i>	124
5.4.3	<i>Naming</i>	124
5.4.4	<i>Composición de la identidad visual</i>	125
5.4.5	<i>Construcción de la identidad visual</i>	125
5.4.6	<i>Tamaños mínimos</i>	126
5.4.7	<i>Variaciones de marca</i>	126
5.4.8	<i>Colores de marca</i>	127
5.4.9	<i>Aplicación de color</i>	127
5.4.10	<i>Tipografías utilizadas</i>	128
5.4.11	<i>Usos correctos</i>	129
5.4.12	<i>Usos incorrectos</i>	129
5.5	LUSTRACIONES.....	130

5.6	FOLLETO	137
5.7	MUPIS	139
6	CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	141
	CONCLUSIONES	141
	RECOMENDACIONES.....	141
7	BIBLIOGRAFÍA	142

Índice de imágenes

Imagen 1. Red de museos del Ministerio de Cultura y Patrimonio.....	21
Imagen 2. Conoce tu provincia ¡Vive Tungurahua!.....	25
Imagen 3. Conoce tu provincia ¡Vive Tungurahua!.....	25
Imagen 4. Prototipo, libro de bolsillo guía turística “Recorrido por Ambato”	30
Imagen 5. Mapa de la ciudad	31
Imagen 6. Identificador gráfico realizado con síntesis gráfica.....	31
Imagen 7. Elementos visuales	42
Imagen 8. Elementos de relación	43
Imagen 9. Ejemplo de retícula compositiva	45
Imagen 10. Ejemplo de ilustración flat (Smoking Girl).....	47
Imagen 11. Ejemplo de ilustración vectorial.....	48
Imagen 12. Ejemplo de síntesis gráfica.....	48
Imagen 13. Mapa interactivo de la provincia de Tungurahua.....	67
Imagen 14. Pasaporte Turístico “Vive Tungurahua”	67
Imagen 15. Post publicitario sobre Pasaporte Turístico “Vive Tungurahua”	68
Imagen 16. Simbología utilizada en la “Guía de la Ruta Agroturística Artesanal del Cantón Ambato”	69
Imagen 17. Mapa de las Rutas Agroturísticas Artesanales de Tungurahua	70
Imagen 18. Guía del cantón Ambato.....	71
Imagen 19. Guía del cantón Ambato.....	71
Imagen 20. Arquitectura del folleto	116

Imagen 21. Arquitectura del Post.....	117
Imagen 22. Arte final	118
Imagen 23. Arquitectura del Post.....	119
Imagen 24. Arte final	119
Imagen 25. Identificador visual de la campaña.....	124
Imagen 26. Composición	125
Imagen 27. Construcción gráfica	125
Imagen 28. Tamaños mínimos	126
Imagen 29. Variaciones de marca	126
Imagen 30. Colores de marca.....	127
Imagen 31. Aplicación de color	127
Imagen 32. Tipografía primaria	128
Imagen 33. Tipografía secundaria.....	128
Imagen 34. Usos correctos	129
Imagen 35. Usos incorrectos	129
Imagen 36. Boceto a lápiz.....	131
Imagen 37. Boceto lineal.....	132
Imagen 38. Boceto base	133
Imagen 39. Boceto final	134
Imagen 40. Segundo boceto lineal	135
Imagen 41. Segundo boceto final.....	136

Índice de gráficos

Gráfico 1. Evolución de las entradas al país 2022	22
Gráfico 2. Actividades turísticas realizadas en 2021 por los tungurahueses	24
Gráfico 4. Árbol de problemas	27
Gráfico 5. Categorías fundamentales	37
Gráfico 6. Red conceptual variable dependiente.....	38
Gráfico 7. Red conceptual variable independiente.....	39
Gráfico 8. Pregunta 1	89
Gráfico 9. Pregunta 2	90
Gráfico 10. Pregunta 3	91
Gráfico 11. Pregunta 4	93
Gráfico 12. Pregunta 5	94
Gráfico 13. Pregunta 6	95
Gráfico 14. Pregunta 7	96
Gráfico 15. Pregunta 8	97
Gráfico 16. Pregunta 9	98
Gráfico 17. Pregunta 10	99
Gráfico 18. Pregunta 11	100
Gráfico 19. Pregunta 12	101

Índice de tablas

Tabla 2.....	26
Lugares y monumentos que identifican a Ambato.....	26
Tabla 3.....	64
Segmentación de mercado potencial.....	64
Tabla 4.....	74
Cuadro resumen del análisis FODA.....	74
Tabla 5.....	79
Perfiles de entrevistas.....	79
Tabla 6.....	89
Sexo.....	89
Tabla 7.....	90
Edad.....	90
Tabla 8.....	91
Nombres de la ciudad.....	91
Tabla 9.....	92
Principales lugares icónicos.....	92
Tabla 10.....	94
Tipos de destinos.....	94
Tabla 11.....	95
Frecuencia de visitas.....	95
Tabla 12.....	96

Color representativo de Ambato	96
Tabla 13.....	97
Publicidad en el turismo.....	97
Tabla 14.....	98
Información de turismo en Ambato	98
Tabla 15.....	99
Interés por información sobre lugares emblemáticos de la ciudad	99
Tabla 16.....	100
Medios para recibir información	100
Tabla 17.....	101
Redes sociales	101
Tabla 18.....	103
Ficha sobre Catedral de Ambato / El Portal.....	103
Tabla 19.....	104
Ficha sobre Parque Montalvo / Casa de Juan Montalvo	104
Tabla 20.....	105
Ficha sobre Parque Cevallos	105
Tabla 21.....	106
Ficha sobre Parque 12 de noviembre	106
Tabla 22.....	107
Ficha sobre Quinta de Juan León Mera.....	107
Tabla 23.....	108

Ficha sobre Quinta de Juan Montalvo.....	108
Tabla 24.....	113
Jerarquía	113
Tabla 25.....	121
Recursos materiales.....	121
Tabla 26.....	122
Formatos de aplicación	122
Tabla 27.....	123
Presupuesto	123
Tabla 28.....	126
Ilustraciones de La Catedral – El Portal.....	126

RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto tiene el objetivo de difundir información sobre los diferentes lugares icónicos de la ciudad de Ambato, debido a que la falta de conocimiento sobre la identidad cultural en la ciudad ha sido evidente en los últimos años. Por lo tanto, resulta de gran importancia analizar las razones detrás de esta disminución en el conocimiento, centrándonos en los lugares emblemáticos de la ciudad y proponiendo soluciones que utilicen el diseño gráfico como herramienta para difundir la información recopilada y reavivar el conocimiento en este tema.

La propuesta de proyecto surge de cumplir con la necesidad de los ciudadanos por encontrar información los lugares icónicos de la ciudad, que sea de fácil acceso y concreta.

En general este proyecto tiene como objetivo principal centrarse en los lugares emblemáticos de la ciudad, para proponer soluciones mediante el diseño gráfico para difundir la información recolectada y despertar nuevamente el interés por conocer sobre la historia de estos lugares y visitarlos. Además, se busca que Ambato no solo sea reconocido como un lugar turístico, sino que también se conozca sobre su patrimonio cultural e histórico.

PALABRAS CLAVE: CULTURA, TURISMO, LUGARES ICÓNICOS, CIUDAD DE AMBATO

ABSTRACT

This project aims to disseminate information about the different iconic places of the city of Ambato, because the lack of knowledge about cultural identity in the city has been evident in recent years. Therefore, it is of great importance to analyze the reasons behind this decline in knowledge, Focusing on the emblematic places of the city and proposing solutions that use graphic design as a tool to disseminate the information collected and rekindle knowledge on this subject.

The project proposal arises from fulfilling the need of citizens to find information on the iconic places of the city, which is easily accessible and concrete.

In general, this project has as its main objective to focus on the emblematic places of the city, to propose solutions through graphic design to disseminate the information collected and reawaken the interest to know about the history of these places and visit them. In addition, it is sought that Ambato is not only recognized as a tourist place, but also that it is known about its cultural and historical heritage.

KEY WORD: CULTURE, ILLUSTRATION, TOURISM, ICON PLACES, AMBATO CITY

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto busca difundir información de los lugares icónicos de las parroquias urbanas de la ciudad de Ambato, basándose en la falta de conocimiento por parte de la ciudadanía, además de los escasos lugares donde se proporcione esta información y el insuficiente reconocimiento de Ambato como ciudad con patrimonio cultural e histórico.

Como medio de aporte a la problemática planteada, se implementa la ilustración como recurso de difusión tanto en medios impresos como digitales que aporte a transmitir información y a su vez se crea una identidad gráfica que represente los diferentes lugares icónicos y que también genere relación entre el público en el que se enfoca y la ciudad, para cumplir con este proyecto se aplicaron los siguientes capítulos:

Capítulo I: Se trata la problemática desde una perspectiva nacional, provincial y a nivel de la ciudad de Ambato, donde se interpreta que dentro de la ciudad no existe la suficiente información y lugares de esparcimiento de lo mismo, además de la falta de recursos gráficos que aporten a este tema. También se trata el problema principal desde sus principales causas y consecuencias.

Capítulo II: Se analiza tesis, proyectos, libros y demás material que son referentes para desarrollar este proyecto, además se establece la terminología que se utiliza dentro de las redes conceptuales y las dos variables (Ilustración – lugares icónicos).

Capítulo III: Se realiza un análisis de la situación política, económica, social y tecnológica de la problemática, donde se conoce el estado actual de la ilustración y del turismo en la ciudad, además de análisis el mercado competitivo y los proyectos que se han realizado por parte de entidades públicas para fomentar el turismo.

Capítulo IV: Se establece el método y tipo de investigación que se realiza en el proyecto aplican los diferentes instrumentos de investigación, en este caso se implementa entrevistas, encuestas y fichas de información con sus análisis e interpretación.

Capítulo V: En esta sección se implementa la investigación en la propuesta gráfica, destacando el resultado final y sus aplicaciones.

CAPÍTULO I. ANTECEDENTES

1.1 Tema

La ilustración como medio de difusión de los lugares icónicos de las parroquias urbanas de la ciudad de Ambato en los jóvenes

1.2 Planteamiento del problema

1.2.1 Macro

Al mencionar los recursos culturales del Ecuador, se hace relación también al patrimonio cultural del país en donde se manifiesta que: “Patrimonio es el conjunto dinámico, integrador y representativo de bienes y prácticas sociales, creadas, mantenidas, transmitidas y reconocidas por las personas, comunidades, comunas, pueblos y nacionalidades, colectivos y organizaciones culturales.” (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2022). Por esta consideración Ecuador es un referente por tener una amplia herencia cultural, que se ha ido estableciendo por sus recursos tangibles e intangibles, que con el tiempo han contribuido a la construcción de la identidad ecuatoriana.

Dentro del Ecuador se puede encontrar alrededor de 38 ciudades que cuentan con diferentes recursos culturales tanto como edificaciones coloniales, esculturas, monumentos, museos, parques, complejos arqueológicos que simbolizan tanto el patrimonio ecuatoriano, como también la identidad cultural. Además de que en varios lugares se recrearon rituales ancestrales, ceremonias y que incluso se declararon Patrimonio Cultural de la Humanidad, lo que ha llevado a que estos puntos turísticos sean parte viviente de la historia y representantes del arte, cultura, diversidad y costumbres del país (Ministerio de Turismo, 2022). Con respecto al turismo y conocimiento de este, se asegura que el país cuenta con un gran potencial para desarrollo turístico, el cual beneficiaría directamente a la población en aspectos diversos como el desarrollo socioeconómico, generación de empleo, estabilidad social y económica (Enríquez, 2018).

Hay varios atractivos turísticos generalizados por los turistas internacionales como las Islas Galápagos y la mitad del mundo, pero desconocen la variedad de cultura, gastronomía, festividades, etc. que Ecuador ofrece como país, excluyendo ciertos

atractivos históricos que incrementan el conocimiento y difusión de estos puntos turísticos.

Como parte de los recursos culturales se presentan los recursos tangibles e intangibles, conformados por diferentes aspectos, danzas, música, gastronomía, fiestas, artesanías, parques, museos, señalando estos como parte de los lugares icónicos del país, que caben en lo mencionado, que son un punto potencial que puede ayudar a incrementar el conocimiento pero que no son tomados en cuenta por turistas internacionales y la propia población. Tomando en cuenta así que alrededor del país existe una variedad de puntos icónicos como parques, monumentos, iglesias e incluso una red establecida de 16 museos de acceso gratuito, donde se mantiene parte del patrimonio ecuatoriano, contando con casi 700.00 bienes culturales que pertenece a cada ecuatoriano (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2022) y que aun así no se ha podido conseguir el alcance esperado dentro del interés de los ciudadanos por conocer estos sitios importantes que contienen acervo cultural ecuatoriano, por la escasa difusión de la información de la misma.

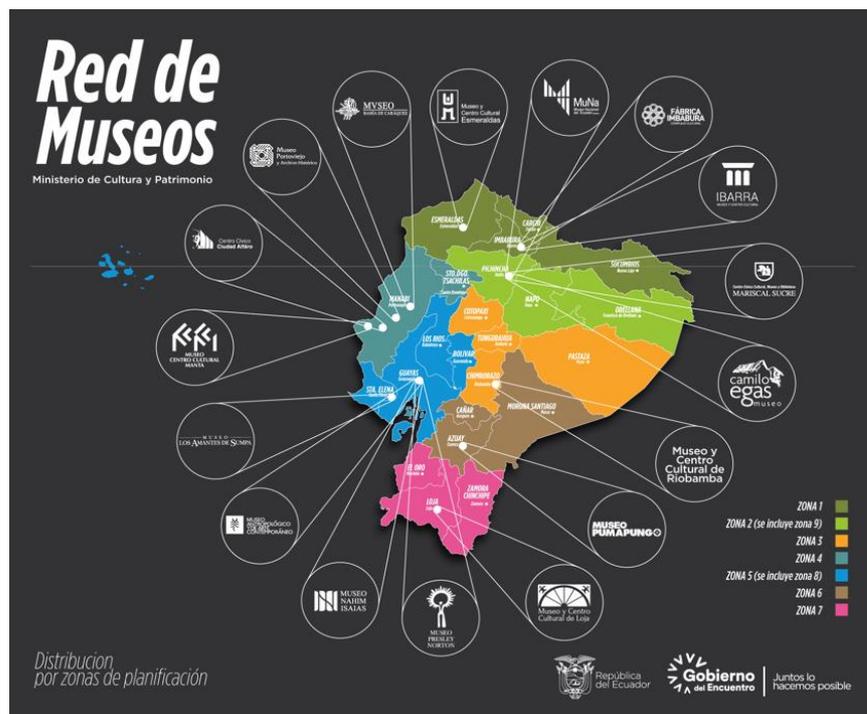


Imagen 1. Red de museos del Ministerio de Cultura y Patrimonio

Fuente: Ministerio de Cultura y Patrimonio (2022)

Por otra parte, otro punto de consideración es la cantidad de turistas que ingresan en el país donde en los últimos 8 años, el 2019 fue el año que registra la mayor cantidad de visita de turistas internacionales, planteando así que entre el 2022 y 2025 se alcance la misma cantidad de turistas. Además de tomar en cuenta que el gobierno invertirá alrededor de USD 47,5 millones en el sector turístico, enfocando el 70% a promocionar el país dentro del mercado internacional (Tapia, 2022).

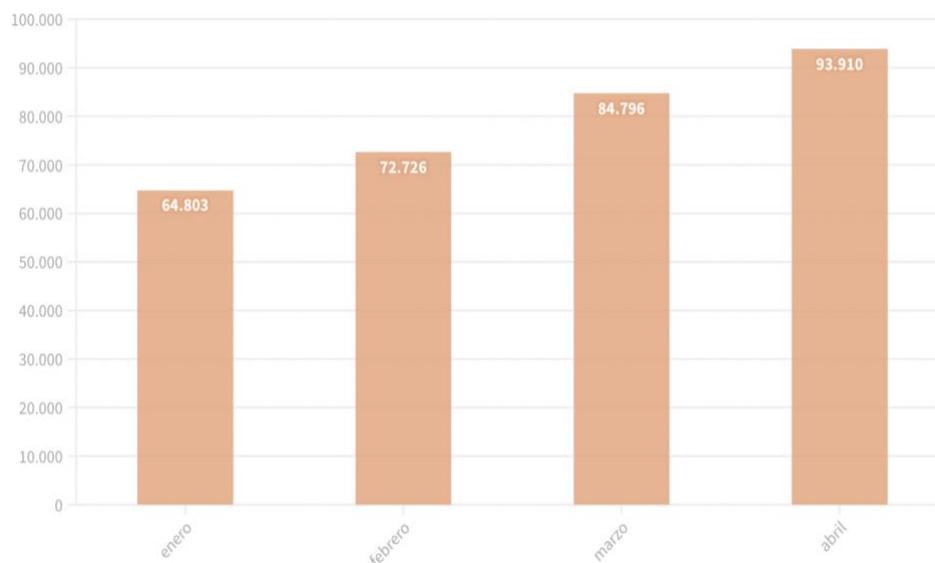


Gráfico 1. Evolución de las entradas al país 2022

Fuente: Tapia (2022)

1.2.2 Meso

Dentro de la región Andina se manifiesta un proceso de aculturación por parte de los propios pueblos debido a diversas causas, entre ellas el avance de nuevas culturas, migración, interacción de diferentes pueblos, entre otros que ponen en riesgo parte de los recursos culturales de la región.

El conflicto por mantener sus raíces se ve cada vez más complejo y obedece a la propia dinámica de globalización, adaptación y asimilación de nuevas costumbres y tradiciones que se mezclan con lo “propio”, “autónomo” y “endémico”.

Un elemento determinante en el cambio de hábitos culturales es la tecnología, debido al uso de telefonía móvil, televisión por cable, internet, entre otros que permiten integrarse a redes sociales, juegos en línea, etc. (Mantilla & Solís, 2013).

La transculturación es la mezcla de varias características de diversas culturas, las cuales se ven afectadas a base de que nuevos hábitos y costumbres que se involucran dentro de una población, considerando que todos estos aspectos tendrán un antes, durante y después donde se seguirá transmitiendo como patrimonio cultural, aunque la base de estas tradiciones ya habrá cambiado por la transculturación.

Con un enfoque sobre las poblaciones que forman parte de la región Andina del Ecuador, se refiere inevitablemente en su mayoría a los pueblos indígenas los cuales pasan por un proceso de transición debido a la explotación de los sistemas socioculturales que tienen como resultado la desaparición de la identidad cultural. Además de que Sierra tiene complicaciones por posicionarse por aspectos como seguridad, calidad, readecuación de infraestructura, informalidad y experiencia del turista (Enríquez, 2018), a este aspecto se suma la falta de difusión en medios actuales como la implementación del marketing digital y el manejo de formatos web.

Según encuestas y análisis realizados en la provincia de Loja, se concluyó que hay escasez de un medio digital que promocióne las ofertas turísticas, donde la información sea concreta, directa y no de forma dispersa (Lastra-Bravo, 2020).

1.2.3 Micro

A nivel de la provincia de Tungurahua se registra que el mayor porcentaje de pobladores tienen preferencia por visitar balnearios, por lo cual Esmeraldas es la provincia que más turistas tungurahueses acogió en el 2021, mientras que dentro de la propia provincia Baños es el cantón más visitado (Observatorio Económico y Social de Tungurahua, 2021).

Tipo de actividad	Nivel nacional	Nivel internacional	Dentro de la provincia	Total general
Visita a balnearios	36,0%	6,5%	26,4%	46,4%
Visita atracciones naturales	27,2%	16,9%	32,1%	27,9%
Visita a lugares turísticos (no naturales)	11,0%	26,0%	13,2%	9,3%
Visita a museos o galerías de arte	4,4%	10,4%	7,5%	5,5%
Compras	5,3%	27,3%	3,8%	4,9%
Otra	3,9%	2,6%	1,9%	3,8%
Recorrido gastronómico	9,6%	7,8%	13,2%	1,6%
Visita a ferias	2,6%	2,6%	1,9%	0,5%
Total general	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Gráfico 2. Actividades turísticas realizadas en 2021 por los tungurahueses

Fuente: Observatorio Económico y Social de Tungurahua (2021)

El mayor porcentaje de tungurahueses prefieren visitar atractivos naturales en la provincia, mientras que el mayor porcentaje de turismo internacional abarca los tours de compras, por la devaluación de monedas extranjeras y su variación de precios competitivos.

Por otro lado en la provincia de Tungurahua también se han establecido algunos proyectos gráficos de ilustración que proponen la difusión de información e incremento turístico en varios cantones y sectores que forman parte de la provincia; tomando como referencia el folleto ilustrado “Conoce tu provincia ¡Vive Tungurahua!” que fue desarrollada en el 2015 por el Honorable Consejo Provincial de Tungurahua y el Equipo Técnico del comité de Turismo, con la finalidad de dar a conocer la historia de los cantones de la provincia dirigiéndose a un público infantil (Gobierno Provincial de Tungurahua, 2015).



Imagen 2. Conoce tu provincia ;Vive Tungurahua!

Fuente: Gobierno Provincial de Tungurahua (2015)

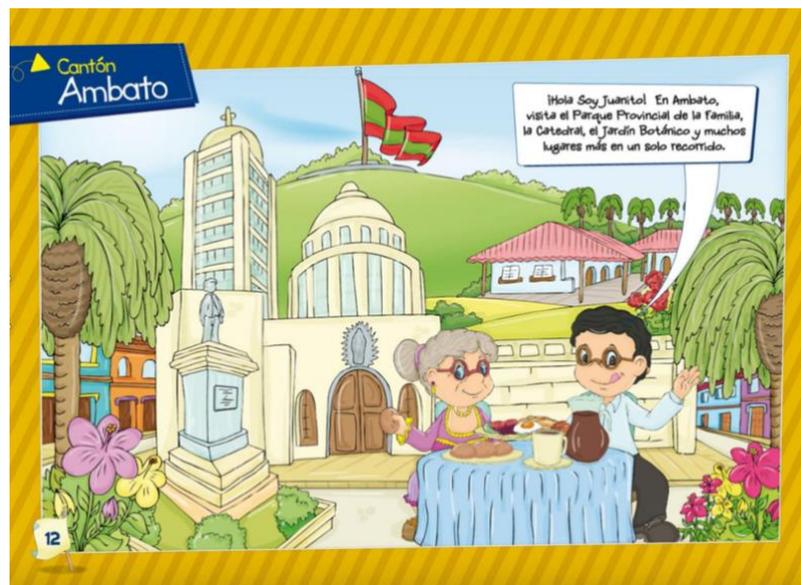


Imagen 3. Conoce tu provincia ;Vive Tungurahua!

Fuente: Gobierno Provincial de Tungurahua (2015)

Actualmente se tiene la información que se encuentra en la revista de Turismo y Patrimonio Cultural “Pasos”, la cual cuenta con la investigación “En busca de la marca ciudad: el caso de Ambato” el estudio se basa en encontrar una marca que defina a la

ciudad en su totalidad para así fomentar el turismo y el conocimiento sobre la propia población ambateña. En este estudio se realizan diversas encuestas que aporta con significantes sobre la perspectiva de los ambateños con relación a los lugares icónicos de la ciudad.

Tabla 1.
Lugares y monumentos que identifican a Ambato.

Ítem (Media / d.t.)	Muy identificativo	Menos identificativo	Poco identificativo	No identificativo
Catedral de Ambato (1,14 / ,46)	90%	6%	2%	1%
Parque Montalvo (1,39 / ,61)	67%	25%	6%	1%
Estatua de Montalvo en el parque (1,8 / ,81)	41%	38%	17%	3%
Avenida Cevallos (1,71 / ,89)	52%	27%	14%	5%
Parque 12 de noviembre (1,98 / 1,07)	40%	28%	24%	5%
Colegio Bolívar (1,9 / ,88)	39%	35%	20%	5%
Mausoleo de Juan Montalvo (1,79 / ,87)	45%	32%	16%	4%
Quinta de Juan León Mera (1,55 / ,79)	60%	24%	10%	3%
Monumento a la primera imprenta (2,33 / 1,01)	24%	34%	25%	15%

Fuente: Morocho-Belmuda, Jiménez Sánchez, & Barrios-Mesa (2022)

En parte de resultado se obtiene que para los ciudadanos ambateños no existe una marca Ambato exacta y definida, ya que existen varios puntos que caracterizan a la ciudad, también considerando que otros de los datos que aporta este estudio es que el 80% de los ciudadanos se sienten orgullosos de ser ambateños pero en su mayoría no tienen mayor interés por conocer sobre la identidad de la ciudad, además de que los más jóvenes identifican a Ambato por los lugares nocturnos que posee, mientras que los ciudadanos mayores identifican a la ciudad por sus tradiciones, festividades, religiosidad (Morocho-Belmuda, Jiménez Sánchez, & Barrios-Mesa, 2022).

Se concluye que los ciudadanos desconocen la historia y por eso hace falta la aplicación de la información necesaria que promueva las actividades, recursos culturales, naturales, festividades y lugares icónicos ofrecidos en Ambato, partiendo por una propuesta gráfica dentro de los propios ciudadanos.

1.3 Árbol de problemas



Gráfico 3. Árbol de problemas

1.4 Justificación del proyecto

Ante la carencia de conocimiento de identidad cultural en la ciudad de Ambato presente en los últimos años y reflejada en la propia población, por eso se considera relevante examinar las causas de este declive de conocimiento, enfocándose directamente en lugares icónicos de la ciudad de Ambato, y, desde ahí, establecer posibles soluciones implementando el diseño gráfico como estrategia para difundir la información recolectada y reestablecer el interés por conocer sobre el tema.

La propuesta de investigación nace por el enfoque de que no se ha manifestado un medio adecuado donde expresar y dar a conocer más información sobre lugares icónicos de la ciudad, también basándose en la necesidad de identificar el origen y las principales causas del desapego de los jóvenes, para fomentar tanto parte del interés, como la importancia del conocimiento, presentando un enfoque destinado a los jóvenes de 20 a 24 años, que serán parte fundamental de la investigación por sus aportes en encuestas que recogerán la información deseada, además de complementar esta información con entrevistas a especialistas en el tema turismo y cultura.

La investigación busca plantear un estilo específico de ilustración relacionado con el público al que se quiere llegar, usándolo como parte de una estrategia informativa que podrá aportar para mejorar la difusión de la información. Además, considerando que no existe la suficiente cantidad de material gráfico para identificar los lugares icónicos de las parroquias urbanas de la ciudad, esta investigación busca comunicar las características y conocimientos sobre el tema, manteniendo como punto principal el uso de un estilo de ilustración y línea gráfica que facilite su entendimiento.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo general

Desarrollar ilustraciones digitales para difundir los lugares icónicos de las parroquias urbanas de la ciudad de Ambato, para la creación de interés en jóvenes de 20 a 24 años

1.5.2 Objetivos específicos

- Identificar los principales lugares que se consideran icónicos para la población joven de 20 a 24 años mediante un proceso de investigación cualitativo y cuantitativo.
- Analizar los actuales recursos y programas que se relacionan con el turismo en la ciudad, su implementación en la misma y la manera en que involucran al público joven.
- Establecer ilustraciones representativas aplicables en medios digitales e impresos, para la creación de interés de los jóvenes.

CAPÍTULO II. MARCO REFERENCIAL

2.1 Estado de la cuestión

Para realizar este proyecto se toma como referencia varias investigaciones previas que recolectan y aportan conocimiento en relación con la cultura, turismo, diseño de campañas, ilustración y otros recursos informativos.

Como referencia se ha planteado el proyecto integrador “Diseño gráfico y su aporte al reconocimiento de los lugares turísticos de la ciudad de Ambato” (Chang, 2021), el proyecto brinda información sobre la carencia de material editorial de carácter informativo que aporte al conocimiento de los visitantes sobre atractivos turísticos de la ciudad, además de que la mayoría de ciudadanos apoya la iniciativa de una pieza editorial para esparcir información detallada y de calidad, en base a estos datos que recolecta, el proyecto que propone es la creación de una pieza editorial, aplicada en una guía turística “libro de bolsillo”, que toma el concepto de “Ambato, patrimonio, cultura y naturaleza” el cual contiene un mapa de la ciudad, acompañado de una pequeña reseña e ilustraciones, que son abstraídas de fotografías con el fin de que no se pierda la esencia de la imagen tradicional de los sitios emblemáticos y más turísticos de la ciudad, adicional a esto en las primeras páginas incluye un código QR el cual redirige a una guía digital si el usuario prefiere usarlo de esa manera y finalmente aplica los diseños e ilustraciones sobre productos editoriales como postales, infografías, suvenires e iconografía con la finalidad de crear mayor presencia de la marca.



Imagen 4. Prototipo, libro de bolsillo guía turística “Recorrido por Ambato”

Fuente: Chang (2021)



Imagen 5. Mapa de la ciudad

Fuente: Chang (2021)

Otra de las investigaciones referentes para la elaboración de este proyecto se titula “Sistemas comunicacionales y su relación en la difusión cultural de la ciudad de Ambato” el cual es un proyecto integrador centrado en la problemática de la ausencia de sistemas comunicacionales que den a conocer la historia de Ambato, donde después de analizar e investigar antecedentes se concluye con la creación un producto audiovisual que mantiene un tono divertido y jovial, lo que ayudó a llamar la atención y a fomentar la vinculación de la marca con los recursos culturales de la ciudad, además el proyecto aporta con datos sobre medios que la ciudadanía prefiere recibir información, quedando como principales el internet y medios impresos, de igual forma los jóvenes son los que más desconocen de temas culturales de la ciudad, aun así tienen interés por aprender e informarse sobre el tema (Donoso, 2017).



Imagen 6. Identificador gráfico realizado con síntesis gráfica

Fuente: Donoso (2017)

Así mismo la tesis planteada por Solís (2016) con el título “Diseño y elaboración de una campaña digital para la difusión de espacios patrimoniales que promueva el turismo en la ciudad de Ambato” la cual busca generar un impacto social-cultural en el entorno nacional y generar interés en la ciudadanía de 15 a 20 años, aportando así con información como que la mayor parte de población encuestada considera a la Quinta de Mera la edificación más histórica de Ambato, al igual de que en su mayoría considera muy importante conocer la ubicación de los espacios patrimoniales y que el mayor porcentaje considera que es relevante que los sitios emblemáticos tengan una imagen que los identifique. En general los ciudadanos tienen el interés por conocer sobre la cultura ambateña y consideran que esta debe ser promovida por medio de una marca que identifique, pero el interés va variando, dependiendo del nivel de educación, estado social y edad (Solís, 2016).

También se utilizó información sacada del “Manual metodología para jerarquización de Atractivos y generación de espacios turísticos” (Ministerio de Turismo, Manual de Atractivos Turísticos, 2018), manual que cuenta con información sobre espacios turísticos, sus vías de acceso, poblaciones cercanas, características climáticas, actividades turísticas, entornos y más datos referentes al tema, en este manual también se jerarquizan los atractivos turísticos a nivel de todo Ecuador dependiendo del valor y potencial de las condiciones que tienen para el desarrollo de turismo, adicionalmente aporta con la clasificación de estos atractivos en dos categorías: Atractivos naturales y manifestaciones culturales, cada una con tipo, subtipo y descripción lo cual facilita categorizar cada espacio turístico.

Dentro del artículo “En busca de la marca ciudad: el caso de Ambato” (Morocho-Belmuda, Jiménez Sánchez, & Barrios-Mesa, 2022), se encuentra información relevante sobre la perspectiva de los ciudadanos sobre la marca ciudad de Ambato, la investigación se basa en construir una identidad tomando como referencia las experiencias, conocimientos, creencias e historias que ha tenido la población sobre la ciudad. Para conseguir esta información se realizan diferentes encuestas sobre la perspectiva de los ambateños, por ejemplo, las creencias que tienen respecto a la ciudad y sus ciudadanos, que lugares y monumentos son más representativos, cual consideran que es el mayor ingreso económico para Ambato, que gastronomía, festividades y elementos identifica a

un ambateño. Además se menciona el valor turístico y comercial que tiene Ambato por su renombre en tradición, festividades y atractivos.

De la misma forma, se utiliza información proporcionada por parte de la Dirección de Cultura y Turismo del Centro Cultural Eugenia Mera, que aportó con fichas informativas sobre los lugares más icónicos y emblemáticos de la ciudad de Ambato, que contienen datos relevantes como categorías, tipo, horarios, facilidades en el entorno, actividades complementarias, entre otros datos de los atractivos turísticos.

Finalmente, el informe “Turismo Vacacional en Tungurahua” (Observatorio Económico y Social de Tungurahua, 2021), aborda el análisis de actividades turísticas realizadas en Tungurahua, como el porcentaje de turismo nacional, internacional, dentro de la propia provincia y ciudad, además de las causas del incremento y disminución de cada uno de los puntos. Así mismo aporta con datos como los sitios turísticos que hacen falta en la provincia para mejorar la estadía de los turistas, el presupuesto promedio de gastos en diferentes provincias del país y también las actividades turísticas que los tungurahueses prefieren.

2.2 Enfoque social del diseño

Por la escasa difusión de los lugares icónicos de las parroquias urbanas de Ambato, se debe a la transculturación, la globalización, el uso de medios digitales y redes sociales, lo que ha llevado a la población joven a desconectarse de su identidad cultural e identificarse con tradiciones ajenas al país de origen.

Además, el escaso uso de material tanto digital como impreso que brinde suficiente y adecuada información sobre estos lugares y también la carencia de organización de planes turísticos estratégicos que ayude a incluir la participación de público joven y fomento de su interés por conocer la propia cultura.

El proyecto es dar a conocer a la población ambateña los lugares icónicos de la ciudad mediante ilustración vectorial, en medios digitales e impresos, fomentando el turismo, difusión y conocimiento de la identidad cultural de los sitios emblemáticos de la ciudad, dirigidos principalmente a la población joven de 20 a 24 años de la ciudad.

2.3 Marco Legal

Según artículos citados en la Ley Orgánica de Cultura (Asamblea Nacional, 2006) se formulan varios aspectos que determinan que el principal encargado de regular las diferentes entidades, organismos culturales y memoria social es el Ministerio de Cultura y Patrimonio donde se establece:

Art. 25.- De la rectoría del Sistema Nacional de Cultura. Le corresponde al Ministerio de Cultura y Patrimonio ejercer la rectoría del Sistema Nacional de Cultura.

La rectoría comprende la formulación, ejecución, monitoreo y evaluación de las políticas públicas, planes, programas y proyectos, así como la elaboración y ejecución presupuestaria, que serán aplicados bajo los criterios de descentralización y desconcentración política y administrativa, acción afirmativa y demás preceptos establecidos en la Constitución de la República, en esta Ley y en otras normas relacionadas.

El Ministerio de Cultura y Patrimonio regulará a las entidades, organismos e instituciones que integran el Sistema Nacional de Cultura, en el ámbito de sus competencias (p.10).

Uno de los principales aportes dentro de la conservación de la identidad cultural esta la trascendencia histórica que se exponen en museos, documentos y bibliotecas, planteando así el libre acceso a esta información, de la misma manera en la Ley Orgánica de Cultura (Asamblea Nacional, 2006) se establece:

Art. 28.- De la memoria social. Es la construcción colectiva de la identidad mediante la resignificación de hechos y vivencias socialmente compartidos por personas, comunidades, pueblos y nacionalidades, que desde el presente identifican y reconocen acontecimientos, sucesos y momentos de trascendencia histórica, arqueológica, antropológica o social. La memoria social se pone en valor de manera constante en repositorios: museos, archivos históricos y bibliotecas, así como en el espacio público (p.11).

Art. 33.- De los museos. Se considera a los museos como instituciones al servicio de la ciudadanía, abiertas al público, que adquieren, conservan, estudian, exponen y difunden bienes culturales y patrimoniales de una manera pedagógica y recreativa. Los museos son espacios de prácticas simbólicas, en constante debate, que se construyen de manera participativa a partir del planteamiento crítico de las representaciones y del patrimonio.

...

Art. 34.- De la red de museos. La Red de Museos estará integrada por el Museo Nacional, que lo preside, los museos públicos en todos los niveles de gobierno, los museos eclesiásticos, comunitarios y privados que voluntariamente quieran formar parte de la Red (p.12).

En una de las partes de los atractivos turísticos están los recursos culturales tangibles los cuales llegan a ser considerados parte del patrimonio cultural nacional por lo cual se establece que:

Art. 54.- De los bienes y objetos pertenecientes al patrimonio cultural nacional. En virtud de la presente Ley se reconocen como patrimonio cultural nacional y por tanto no requieren de otra formalidad, aquellos bienes que cumplan con las siguientes consideraciones:

a) Los objetos de formas de vida zoológica y botánica fosilizada o mineralizada, sitios o lugares paleontológicos como bosques petrificados, debiendo definirse el entorno natural y cultural necesario para dotarles de unidad paisajística para una adecuada gestión integral, misma que será articulada con el organismo competente;

b) Los bienes inmuebles o sitios arqueológicos de la época prehispánica y colonial, sea que se encuentren completos o incompletos, a la vista, sepultados o sumergidos, consistentes en yacimientos, monumentos, fortificaciones, edificaciones, cementerios y otros, así como el suelo y subsuelo adyacente. Se deberá delimitar el entorno natural y cultural necesario para dotarlos de unidad paisajística para una adecuada gestión integral;

c) Los objetos arqueológicos como osamentas y fósiles humanos y utensilios de piedra, cerámica, madera, metal, textil o en cualquier otro material provenientes de la época prehispánica y colonial, a la vista o sepultados o sumergidos, completos o incompletos, descubiertos o por descubrir, sin importar su tenencia pública o privada, incluidos los que se encontrasen en el exterior, pertenecientes o atribuidos a las culturas o nacionalidades de ocupación territorial;

d) Los sitios, estructuras, edificaciones, objetos y restos humanos, medios de transporte y su cargamento o cualquier contenido y los objetos de carácter histórico que conforman el patrimonio cultural subacuático, junto con el contexto arqueológico y natural, localizado en la zona económica exclusiva y la plataforma continental, independientemente de su procedencia, si tienen por lo menos cien años de estar sumergidos;

e) Las edificaciones y conjuntos arquitectónicos como templos, conventos, capillas, casas, grupos de construcciones urbanas y rurales como centros históricos, obrajes, fabricas, casas de hacienda, molinos, jardines, caminos, parques, puentes, líneas férreas de la época colonial y republicana construidos hasta 1940, que contengan un valor cultural e histórico que sea menester proteger;

f) Los bienes muebles de la época colonial y republicana con al menos cien años de antigüedad como dibujos, pinturas, esculturas, monedas, medallas, talla, objetos de orfebrería, cerámica, madera o cualquier otro material que se haya construido en dichas épocas;

g) Los objetos de uso artesanal, industrial o mecánico que cuenten con al menos cien años de antigüedad como herramientas y maquinaria agrícola e industrial, trapiches, alambiques, relojes, campanarios, telares, mobiliario urbano y público y otros de similar naturaleza;

h) Los documentos históricos, completos o incompletos, individuales o en colecciones como manuscritos o impresos, libros, mapas, partituras musicales, telegramas, y cualquier otro documento, a excepción de los meramente administrativos, que tengan interés histórico, simbólico, cultural, artístico,

numismático, filatélico, científico o para la memoria social, que tenga más de 50 años de haber sido producido, incluido aquellos considerados como reservados, sin restricción o menoscabo de los derechos de autor y propiedad;

i) Los documentos filmicos, sonoros, visuales y audiovisuales, las fotografías, negativos, archivos audiovisuales magnéticos, digitales que tengan interés histórico, simbólico, cultural, artístico, científico o para la memoria social, y en general documentos en cualquier tipo de soporte que tengan más de 30 años, sin restricción o menoscabo de los derechos de autor y propiedad;

j) Las colecciones y objetos etnográficos significativos para la interpretación de las culturas y tradición histórica, tales como vestimenta, útiles domésticos, herramientas, armas, entre otros, que sean reunidos por el Estado a través de sus diferentes funciones, instituciones y niveles de gobierno, así como por la academia pública o privada; y,

k) Los fondos y repositorios documentales, archivísticos y bibliográficos históricos constituidos desde el Estado por sus funciones, instituciones y niveles de gobierno, y por la academia pública o privada (pp. 15-16).

2.4 Categorías fundamentales

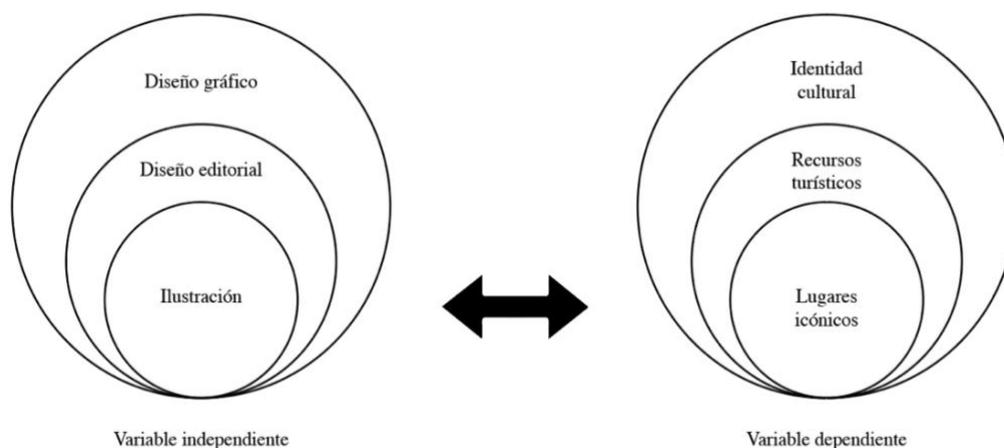


Gráfico 4. Categorías fundamentales

2.5 Redes Conceptuales

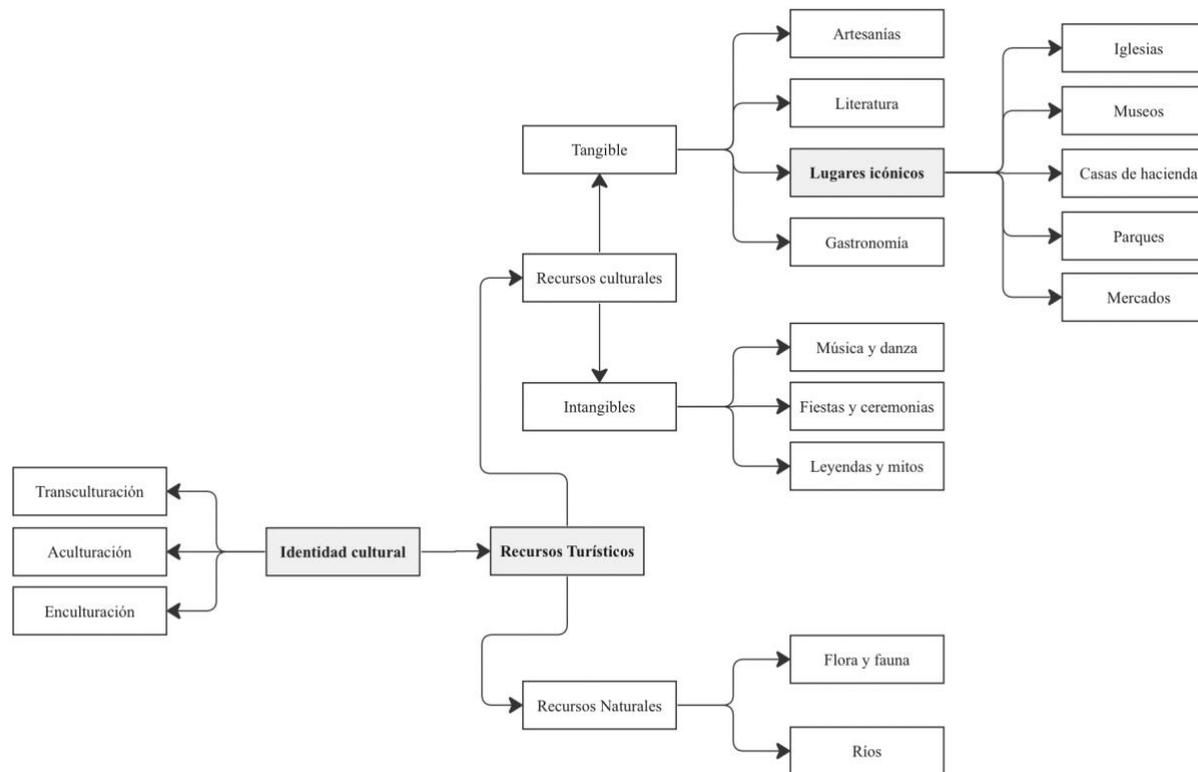


Gráfico 5. Red conceptual variable dependiente

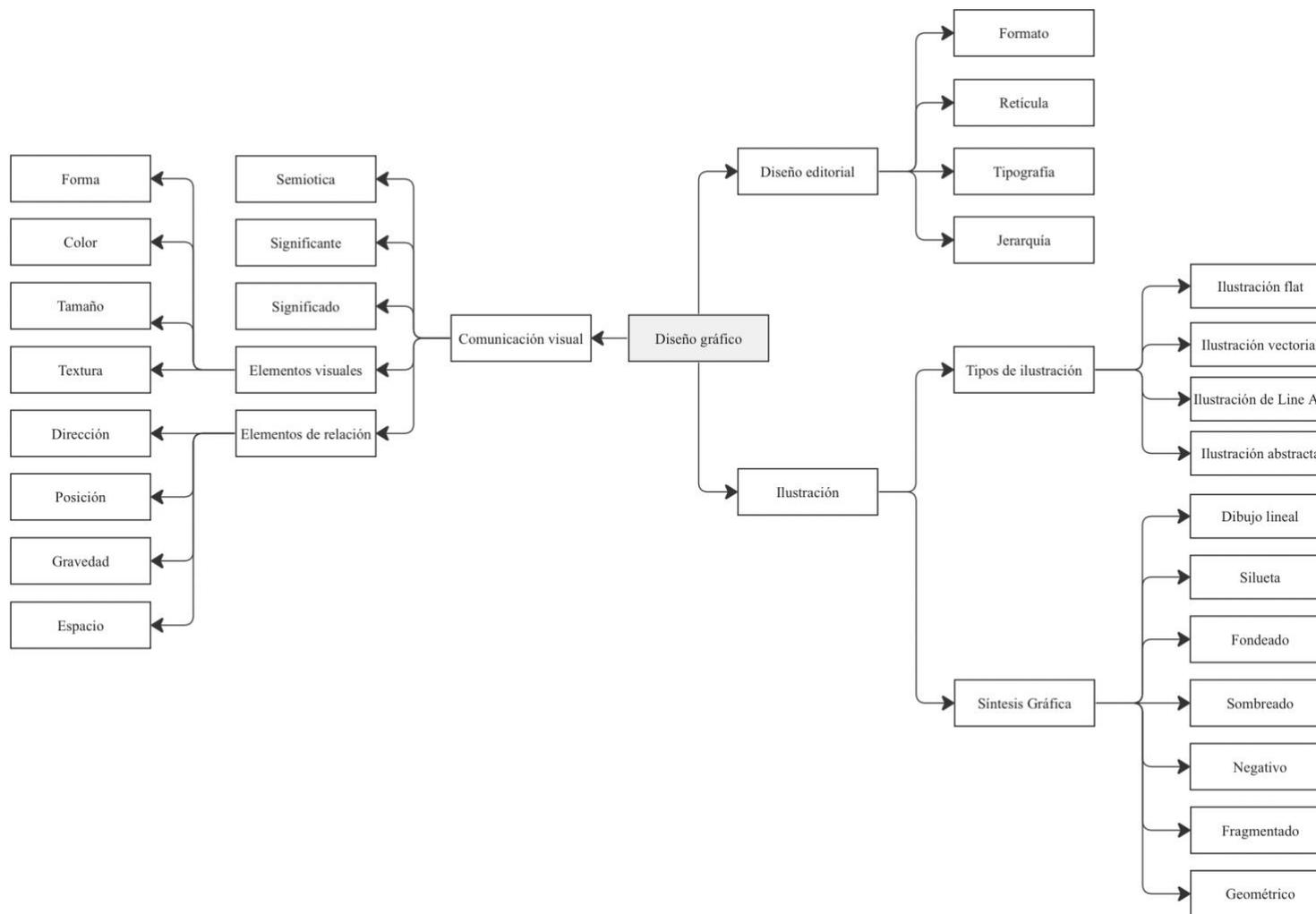


Gráfico 6. Red conceptual variable independiente.

2.6 Marco Conceptual

2.6.1 Diseño gráfico

El diseño gráfico es una disciplina que esta en constante cambio y evolución debido a los diversos contextos sociales, tecnológicos y económicos que se presentan, además de la época en la que se desarrolla el diseño (Guerrero, 2022).

El diseño gráfico como medio de información permite la creación de material visual atractivo y efectivo que facilita el promocionar un producto o servicio, siguiendo tendencias y adaptándose al mercado objetivo (Bolívar & Farfán, 2018).

2.6.2 Comunicación visual

Munari (2016) plantea que la comunicación visual es todo lo que se puede observar pero que tiene una objetividad y cada imagen tiene un significado diferente dependiendo del contexto en el que se encuentre.

La comunicación visual es la transmisión de información por medio de elementos visuales que a su vez busca generar un impacto de conexión emocional con el público objetivo, sin utilizar únicamente el lenguaje verbal, sino que también implementando imágenes para de esta forma comunicar el mensaje de manera efectiva y al instante (Tesoriere, 2021).

2.6.3 Semiótica

Semiótica es una disciplina que estudia los signos y como estos son utilizados para comunicar y transmitir sus significados, también estudia el contexto en el que se utilizan los signos y como se los podrían interpretar dependiendo del receptor y concepto (Moreno Barreneche, 2019).

Por otro lado Chandler (1998) plantea que la semiótica tiene relación con la psicología ya que es un método que provee instrumentos para conocer más sobre los signos, su representación e interpretación dentro de la sociedad, buscando también la lógica de la tradición lingüística. Como parte de la semiótica es importante resaltar los signos que son

unidades básicas que hacen referencia a palabras, imágenes, sonidos, objetos, entre otros y que se convierten en signos cuando se le pone un significado.

2.6.4 Significante

El significante es la forma material o física del signo, es decir que es algo que se puede ver, mientras que en el lenguaje hablado el significante es el sonido de una palabra.

En el caso del significante como parte del diseño es la parte visual que se utiliza para transmitir un concepto o idea, por ejemplo, el significante podría ser las imágenes, elementos visuales, colores que se utilizan para comunicar un mensaje (Galland, 2014).

2.6.5 Significado

El significado es una construcción mental, se lo reconoce como algo no material y la interpretación o perspectiva que se le brinda al signo, dentro del diseño se refiere al mensaje visual que se comunica, este puede ser interpretado de diferentes formas dependiendo del público y sus influencias sociales y personales (Salazar & Fabián, 2016).

2.6.6 Elementos visuales

Brindan una conceptualización clara, directa y eficaz a la imagen visual que tienen un propósito de comunicación entre emisor y receptor ayudando a que la información no se distorsione, para efectivizar este proceso se utilizan diferentes elementos como:

Forma: Es la figura general o exterior de un objeto que se construye en base a un contorno o silueta donde existen formas bidimensionales y tridimensionales.

Color: El color es una estimulación del ojo que se da por la percepción de la luz, que a un diseñador le facilita la transmisión de ideas.

Tamaño: El tamaño se define con que tan pequeñas o grandes sean los objetos, este tamaño puede influir en el peso que se le brinda a un objeto.

Textura: Con estos elementos percibimos los objetos de una forma visual pero también táctil que se clasifican en naturales y artificiales y a su vez el textura táctil y visual (Zurita, 2019).

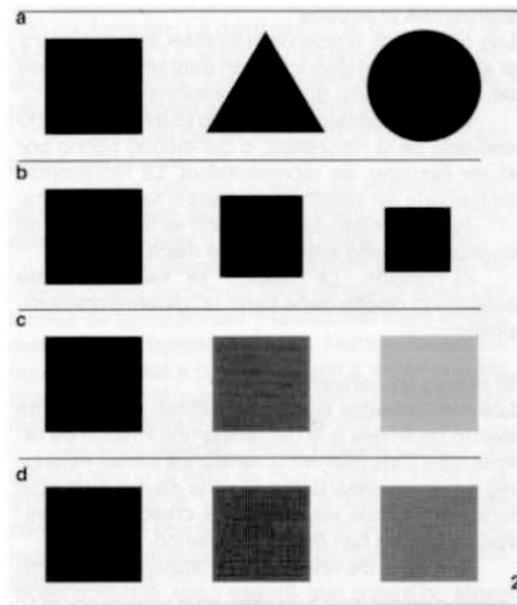


Imagen 7. Elementos visuales

Fuente: Wong (2014)

2.6.7 Elementos de relación

Dirección: La dirección depende de la perspectiva y posición en relación con las otras formas y al espacio que rodea, creando así una perspectiva diferente incluso en base al espectador.

Posición: El punto de vista en base a la posición de un elemento varia entorno al plano de la imagen.

Espacio: Todas las formas toman posesión en el espacio que también varia con respecto a la perspectiva, el espacio es una ilusión de la realidad que puede crear efectos como profundidad, tamaño, contraste, alejamiento.

Gravedad: La gravedad se puede representar con un solo objeto o varios, creando una interacción entre ellos, brindando características como estabilidad, inestabilidad, pesadez o ligereza (Zurita, 2019)

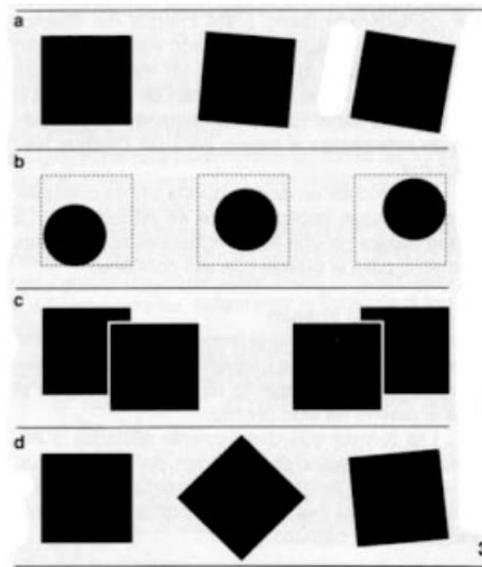


Imagen 8. Elementos de relación

Fuente: Wong (2014)

2.6.8 Diseño Editorial

El diseño editorial es una disciplina que forma parte del diseño, que se orienta a la maquetación de impresos, revistas, periódicos, libros, etc., esta disciplina se encarga de juntar elementos visuales y textuales mediante maquetación de manera que la información sea clara, armoniosa y atractiva (Garone, 2022).

El diseño editorial se ha ido desarrollando y teniendo avances a lo largo del tiempo, empezando por libros manuscritos que con la invención de la imprenta alcanzaron libros más producidos. Los productos editoriales han sido focos principales de transmisión de cultura e información, en varios casos están acompañados de ilustraciones lo que facilita la comprensión de la parte textual, ensalza los contenidos, llaman la atención dependiendo del destinatario.

Además los productos editoriales deben cumplir con ciertos parámetros como coherencia de estilo, cuidado del idioma, jerarquización, formatos adecuados, retículas, legibilidad tipográfica, todos estos elementos facilitan el proceso de comprensión del

diseño editorial los cuales siempre deben estar presentes si se desea conseguir un mejor resultado se diseño y comunicación (Alcázar, 2016).

2.6.9 Formato

Los formatos o soportes son la base donde se va a exponer y registrar la información de las piezas gráficas que suelen ser complementos de composiciones editoriales, cada formato se implementa según la finalidad que se mantenga como las fotografías que comúnmente se utiliza para representar un momento de la realidad, donde se refleja detalles y rasgos.

Por otra parte las ilustraciones permite plasmar un contexto más concreto y original debido a que son más libres y con matices, además de que tiene diferentes técnicas que se pueden aplicar y que también se apoya en recurso gráficos como publicaciones, revistas, impresiones, folletos, etc.

Otro de los formatos con los íconos o logotipos que cumplen con un significado que permite reconocer fácilmente lo que trata de transmitir, un ícono llega a reemplazar un objeto por medio de su representación, mientras que un logotipo es un elemento gráfico que se brinda a una identidad (Alcázar, 2016).

2.6.10 Retícula

La retícula es una estructura visual o red de líneas, comúnmente horizontales y verticales, pero también pueden ser sesgadas, irregulares o en algunos casos circulares. Las retículas son utilizadas como especie de cuadrilla para guiar al diseñador y ayudar a organizar la información ya sean textos, imágenes o gráficos, es una herramienta fundamental ya que también ayuda a regularizar los espacios en blanco y a crear una estructura visual que facilite la comprensión y lectura del contenido formando así una jerarquía visual dentro del diseño editorial (Lupton & Cole, 2016).

Normalmente se utiliza la retícula para un proyecto de numerosas páginas debido a que éstas facilitan mantener una guía compositiva entre todas las páginas empleadas con una coherencia global y estética.

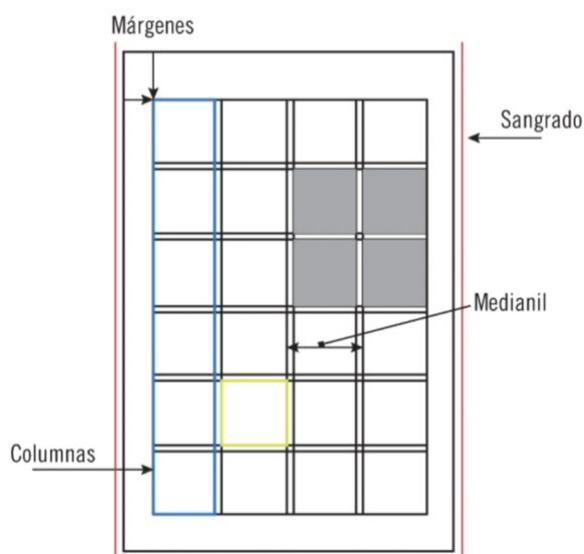


Imagen 9. Ejemplo de retícula compositiva

Fuente: Alcázar Jiménez (2016)

2.6.11 Tipografía

La tipografía es el método para crear un mensaje con la composición de distintos tipos, de igual forma la fuente tipográfica son los rasgos y el estilo de los caracteres, lo que lleva a la familia tipográfica que es el conjunto de tipos de fuente idéntica.

Como parte de la tipografía también se encuentra sus diferentes categorías las que se clasifican en: la serif, la que se reconoce por tener en sus extremos terminaciones estilizados conocidos como serifas, los que brindan sensación de elegancia y firmeza.

En segundo lugar está la Slab Serif, son una variación de la anterior pero con una apariencia más remarcada y tosca, que al igual llevan serifas.

Por otro lado está la Sans Serif o también conocidas por el nombre de palo seco, esta clasificación no tiene serifas, con un carácter minimalista y neutro que refleja orden, limpieza y modernidad.

Por último están la Script o manuscrita, son las que representan a toda tipografía que parece realizada a mano, sugieren naturalidad e informalidad.

No obstante se debe entender bien como aplicar una tipografía que forme orden y equilibrio, es decir, que sea legible, con contrastes de fondos y colores, con adecuada separación de textos y de fácil lectura (Alcázar, 2016).

2.6.12 Jerarquía

La jerarquía es un elemento importante para la composición de un diseño editorial ya que aporta rangos a las diferentes secciones y subsecciones. La jerarquía visual puede variar dependiendo del diseño y el soporte, ya sean menús, textos, libros, imágenes, en este caso la estructura del documento se adapta automáticamente a la jerarquía en función a la finalidad del diseño.

La jerarquía crea limpieza y facilidad al momento de leer debido a que proporciona organización visual y permite entender que tema o parte es más importante, para crear esto se debe saber jugar con el color, tipografía, tamaño y posición (Lupton & Cole, 2016).

2.6.13 Ilustración

La ilustración se relaciona con la elaboración de imágenes constituidas por varias formas continuas y que puede utilizar varias técnicas, lápiz, acuarela, aerógrafo, entre otros que puede ser visualizada por diferentes medios. (García, 2009)

El objetivo de la ilustración es la creación de imágenes, que busca comunicar información específica, donde la misma se ejecuta por medio de elementos artísticos tradicionales que se relaciona con arte de contexto comercial, sociales y económicas, ya sea de forma analítica o descriptiva (Dalley, 1992)

2.6.14 Tipos de ilustración

2.6.15 Ilustración flat

La ilustración flat es un estilo caracterizado por el uso de formas sencillas y sin sombras o gradientes, que se basa en la simplicidad y la claridad, se lo utiliza comúnmente en el diseño gráfico y editorial por su fácil entendimiento y manera de comunicar, también se lo maneja en interfaces de usuario, íconos y logotipos por su manera directa de ser representado (Estrada & Condo, 2017).



Imagen 10. Ejemplo de ilustración flat (Smoking Girl)

Fuente: Hakim (2016)

2.6.16 Ilustración de Line Art

Se basa en el diseño de ilustraciones por medio de líneas rectas o curvas, ya sean creados de forma tradicional o digital, suelen ser monocromáticos y no tienen volumen (Romero, 2017).

Este tipo de ilustración se caracteriza por utilizar líneas simples pero definidas que varían en peso, grosor o ángulos se utiliza normalmente en ilustraciones para cómics, ya que trata de salirse de lo común a partir de una línea (Valverde, 2020).

2.6.17 Ilustración vectorial

La ilustración vectorial tiene un fin de comunicación visual, que implementa el uso de planos, líneas, formas y otros elementos que sean vectores, normalmente usando programas con un sistema vectorial.

Las ilustraciones vectoriales a diferencia de las imágenes de mapa de bits se componen de formas geográficas, lo cual permite que sean escalables a diferentes tamaños sin perder la calidad. Estas ilustraciones se las suele ocupar en diversos diseños de carteles, gráficos, logotipos y animaciones ya que son versátiles (Villagrán, 2020).



Imagen 11. Ejemplo de ilustración vectorial

Fuente: Sossella (2018)

2.6.18 Síntesis gráfica

Se entiende como síntesis gráfica a la técnica de simplificar o minimizar los diseños, para conseguir un equilibrio y estética visual lo que también permite transmitir el mensaje de una forma más clara y directa, sin tener un diseño saturado que haga que pierda su esencia (Bullon, 2020).



Imagen 12. Ejemplo de síntesis gráfica

Fuente: Fernandez (2012)

Dibujo Lineal Se considera como dibujo lineal al uso únicamente de líneas que puede ir desde trazos simples hasta más complejos que sirve para dar consistencia a la silueta, estructura o forma del plano representado.

Silueta Forma que representa un objeto o figura mediante su contorno, sin rasgos específicos ni detalles internos o sombrar, sino más bien como la estructura básica de un objeto, lo que permite comunicar la esencia de la figura de manera más rápida.

Fondeado: Énfasis en solo dar relevancia al fondo de un dibujo, dejando únicamente la forma del objeto base y rellenando su contra forma.

Sombreado: Facilita la estilización del objeto, brindando luces y sombras para aparentar volumen y profundidad.

Negativo: Se utiliza líneas blancas sobre un fondo negro (líneas en negativo), donde se marca los detalles de la forma base.

Fragmentado: Descomposición o división del diseño en planos más pequeños, de manera orgánica o rectilínea.

Geométrico: Se representa con figuras o planos geométricos, que puede transmitir mayor rigidez o dureza (ADESIGN PERU, 2013).

2.6.19 Identidad cultural

La identidad cultural representa la forma en la que un individuo se relaciona consigo mismo y su entorno, basándose en su historia, tradiciones, valores, creencias y costumbres.

Además, se involucra la construcción de la identidad individual por medio de cómo se percibe el entorno, el sentido de pertenencia y conexión emocional que tiene sobre un grupo cultural, lo cual también influye en la preservación de la diversidad cultural respecto a la globalización (Berian, 2013).

2.6.20 Transculturación

Este término se refiere a las distintas etapas del proceso de transición de una cultura a otra, el cual aparte de adquirir una cultura diferente, también implica la pérdida de la cultura previa lo que podría denominarse como una desculturación parcial (Mertz-Baumgartner & Pfeiffer, 2005).

2.6.21 Aculturación

Este término tiene origen en la década de 1880 cuando antropólogos la utilizaban para referirse como una cultura subordinada adquiriría ciertos rasgos de una cultura dominante y los hacían propios de ellos, implicando un cambio total de cultura. Este proceso se suele dar como resultado de migración, colonización o globalización (Burke, 2020).

2.6.22 Enculturación

La enculturación hace referencia a un proceso antropológico en el cual las personas reciben creencias, costumbres y conocimientos del grupo cultural en el que se maneja su ambiente, es decir, es un proceso mediante el cual la persona se adapta a las normas y costumbres de su cultura, esto permite que las personas participen y formen parte de una sociedad, desarrollando una identidad cultural y sentido de pertenencia del grupo cultural en el que están insertados (Inzunza, 2022).

2.6.23 Recursos turísticos

Los recursos turísticos son atractivos que constituyen la base para el desarrollo de actividad turística, ya que provocan interés en las personas para elegir un lugar destino y visitarlo, se agrupan en tres categorías: naturaleza, historia y cultura, y su presencia y promoción adecuada son esenciales para el desarrollo del turismo en un lugar determinado (Pérez, 2012).

Los recursos turísticos aportan valor a un lugar ya que son bienes materiales y además ayudan a fomentar las actividades del sector turístico, estos deberán estar disponibles de forma libre para los turistas (Guerrero & Ramos, 2015).

2.6.24 Recursos naturales

Estos recursos son parte del entorno natural del lugar, que pueden ser atractivos por su singularidad y belleza escénica, formando parte de elementos como flora, fauna, paisajes, playas, lagunas, ríos, todos los aspectos relacionados directamente a la naturaleza.

Este patrimonio natural es perfecto para realizar “turismo verde” o actividades al aire libre, incluyendo escalada, senderismo, deportes extremos, entre otros, lo cual también ayuda a potenciar el valor turístico del destino (Pérez, 2012).

2.6.25 Flora y fauna

Estos términos hacen referencia a los elementos vivos que forman parte de un ecosistema. La flora se utiliza para referirse a la vegetación y plantas, mientras que la fauna se refiere a los animales, estos dos términos forman parte del medio ambiente y del equilibrio de un ecosistema.

Para el mantenimiento de la flora y fauna como conservación de un ambiente se aplican estrategias, como la creación de áreas protegidas, restauración ecológica y gestión de especies en peligro de extinción (Piñeros, 2017).

2.6.26 Ríos

Los ríos se desarrollan como sistemas fluviales y torrenciales sobre sustratos rocosos resistentes, donde se encuentran saltos de agua, zonas tranquilas, que varían según el caudal de agua, por ejemplo, en las montañas, donde su proceso erosivo suele ser más intenso, puede tallar el lecho del río en la roca, mientras que en los ríos aluviales generan depósitos asociados a su dinámica fluvial.

Los ríos rocosos tienen una gran importancia patrimonial, ya que, dentro de su valor científico, se consideran las formas fluviales únicas, formadas por influencia de precipitaciones intensas, fluctuaciones en el nivel de base, red de fracturas, litología y pendiente. Esto aporta al conocimiento de una evolución geológica, ecológica y ambiental, lo que lleva a que los ríos se conviertan en auténticos laboratorios naturales, por esta razón muchos de estos están protegidos bajo diferentes figuras de conservación ambiental (Ortega & Durán, 2010).

2.6.27 Recursos culturales

Los recursos culturales son creados y mantenidos por el ser humano, donde se enfocan en la historia, arquitectura, festividades, arte, museos, gastronomía, monumentos, entre otros que representen riqueza social e identidad cultural. Estos recursos suelen ser de

mayor interés para turistas que buscan conocer sobre la historia y la cultura del lugar destino (Pérez, 2012).

2.6.28 Recursos culturales tangibles

2.6.29 Artesanías

Las artesanías se crean para satisfacer los gustos de un público anónimo que guarda recuerdos de elementos típicos o curiosos que representan a un lugar, en varios casos las artesanías aportan como recurso para comprender y representar elementos naturales, sociales y simbólicos, que contribuye al incremento de expresiones artísticas y estéticas. Parte de sus usos, funciones y elaboración se establece en base a su fin ya sea doméstico, ritual o ceremonial, para decoración o simbolismo. Dentro de la elaboración de artesanías se comprende que por una parte existe una presión económica por parte de los artesanos, para conseguir ingresos de alguna manera, mientras que, por otro lado, también se entiende que los artesanos se dedican a crear y recrear artesanías ya preexistentes que han tenido demanda, pero adaptándolo a su propio desarrollo y crecimiento (Turok, 1988).

Como parte de las artesanías varias de ellas que han sido rescatadas o restauradas a través de la historia forman parte de un recurso arqueológico, que aporta dentro de un constante desarrollo como tema de investigación y análisis, que podría contribuir a la historia y a comprender su evolución (Spitalier, 2009).

2.6.30 Literatura

En la literatura como patrimonio hay elementos materia e inmateriales transmitidos de generación en generación a lo largo de la historia y que contribuyen a un legado de escritores e instituciones vinculadas como manuscritos, bibliotecas, archivos, centros de interpretación, casas-museo, obras literarias y objetos asociados a la vida de los autores. Como parte intangible de la herencia literaria como patrimonio se desprende de la escritura, la narración y el pensamiento del autor, como las ideas, los sentimientos y reflexiones. La literatura patrimonial también aporta dentro del término “memoria literaria” la cual es considerada como la comprensión y relación que se forma con el lector al vincular los lugares con las distintas formas de recordar la historia (Uccella, 2013).

2.6.31 Gastronomía

La gastronomía tradicional puede considerarse una expresión sociocultural que nace según la interacción entre la naturaleza y los seres humanos, ya que parte de la gastronomía se relaciona con principios de hospitalidad y familiaridad que se puede crear en el vínculo con la sociedad.

La gastronomía al ser un conjunto de técnicas, saberes y conocimientos aporta con un gran valor simbólico que fortalece en el enriquecimiento de las costumbres y tradiciones que brindan una identidad única a una comunidad específica. Además, la gastronomía tradicional varía en torno al territorio donde se crea, debido a las condiciones climáticas, geográficas, población, lo que resulta en una variedad de aromas y sabores que surgen de procesos específicos de elaboración, que por consiguiente llegan a ser parte de la cultura de cada lugar. Como parte de esto la gastronomía típica también es parte de un mestizaje gastronómico, que se genera como consecuencia de la influencia de españoles, los indígenas y los africanos, donde con el transcurso del tiempo se combinaron técnicas y alimentos utilizados entre las diferentes sociedades, que dio como resultado una fusión gastronómica que se podría determinar como “sincretismo gastronómico” (Nieto, 2020).

2.6.32 Lugares icónicos

Un lugar icónico es un sitio que presenta elementos, recursos o características que lo distingue, brinda reconocimiento y representa a una ciudad, región o país, lo que facilita el desarrollo de experiencias turísticas. Además, es importante que cuente con una oferta de servicios históricos, culturales, infraestructura e instalaciones que cumplan con satisfacer a los visitantes de estos lugares.

Así mismo los lugares icónicos cumplen con las funciones de ser parte de la marca de una ciudad, de ser recordados e influyentes, ya que se los podría considerar como un producto que complacen las necesidades de turismo (Wallingre, 2013).

2.6.33 Iglesias

Las iglesias o también lugares de culto son medios para que la persona pueda acercarse a Dios y sus creencias, donde se practican rituales y ceremonias. Las iglesias también

forman parte del turismo religioso el cual surge alrededor de la Edad Media, cuando los peregrinos caminaban largos senderos para llegar a los lugares sagrados, así mismo como en la actualidad una gran cantidad de peregrinos se motivan a viajar como resultado de la devoción que mantienen, por ende, conservando el turismo religioso (Domínguez, 2021).

2.6.34 Museos

Los museos forman parte de un tipo de coleccionistas dentro del mercado del arte, en este caso son considerados como parte de los coleccionistas públicos o también conocidos como institucionales, donde también se encuentran fundaciones y entidades bancarias.

Existe una variedad de tipos de museos que van cambiando en diferentes clasificaciones, como museos marítimos, de arte, de historia militar, arqueológicos, entre otros, donde todos tienen la misma finalidad de crear experiencias donde la historia sea el principal aprendizaje (Esteban, 2013).

2.6.35 Mercados

Los mercados como parte de un recurso turístico se han convertido en espacios de oferta de ocio experiencial y que incluso potencial el desarrollo de turismo cultural. Dentro de estos sitios se puede también encontrar el turismo gastronómico que aporta al turista a conocer sobre el estilo de vida local (Henche, 2017).

Además existen diferentes tipos de mercados, ya sean de suvenires, de servicios básicos, alimentos y bebidas, los cuales de igual manera aportan en el desarrollo económico del destino turístico.

2.6.36 Quintas y casas-museo

Las quintas y casas-museo son parte de una categoría de museos que busca preservar y realzar la memoria de ilustres o personajes que han aportado en la historia de un lugar. Hay algunas casas-museo, pero se enfocan en conservar, mantener o recrear objetos pertenecientes a los personajes, como escritos, archivos, muebles, documentos, parte de sus bibliotecas y otros objetos relacionados, para ofrecer a los visitantes un entorno que se mantenga lo más fiel posible al del ilustre.

Estos espacios representan parte de la esencia del ilustre, permitiendo al visitante conocer mejor, comprender y acercarse a la personalidad del ilustre al igual que permite sumergirse más en el momento o época histórica en el que vivió.

Las quintas son parte de centros de patrimonialización que salvaguardan y perviven memorias, escritos, narraciones con importancia y significado dentro del tiempo histórico de una comunidad, a lo que se suma el mayor cuidado posible y conservación (Uccella, 2013).

2.6.37 Parques

Los parques pueden ser naturales o seminaturales que en algunos casos se caracterizan por ofrecer paisajes y áreas de recreación para la sociedad. Estas unidades aprovechan de forma responsable los recursos del agua, suelo, bosque, tratando de proteger y conservar el medio natural que lo caracteriza, planteando así una base para el uso continuo de estos espacios y garantizado que los turistas también perseveren este entorno (Niño, 2014).

Dependiendo del entorno existe varios tipos de parques, ya sean naturales, de recreación, deportivos, urbanos, reservas y áreas protegidas los cuales aportan al valor cultural, formando parte de los atractivos turísticos del sitio donde se localizan (Barrantes, 1998).

2.6.38 Recursos culturales intangibles

2.6.39 Música y danza

Se entiende como música tradicional o folclórica al tipo de música que tiene un papel significativo dentro del abanico cultural de un país, que es transmitida por tradición de generación en generación especialmente por un medio oral y que se conserva vivo en el presente. La música tradicional es colectiva, típica y heredada, que pertenece a una comunidad concreta.

Además, este tipo de música puede cambiar con el paso del tiempo, debido a que va evolucionando por la interacción entre diferentes manifestaciones culturales de los pueblos, por lo cual muchas veces adopta nuevas características que se incorporan al estilo de música original (Palacios, 2018).

La danza folclórica son expresiones culturales que se han realizado a lo largo de las épocas desde la antigüedad hasta la actualidad, teniendo origen como parte de ceremonias de cada tribu, que varían entorno a cambios de costumbres, ritmos y transcurso del tiempo (Ladaga, 2013).

2.6.40 Fiestas y ceremonias

Las fiestas representan un evento o fenómeno social y cultural en el que se puede abordar el estudio de una variedad de enfoques: históricos, sociológicos, literarios, etnográfico, entre otros; la importancia del análisis de las festividades en un entorno sistemático se debe a que actualmente éstas han pasado de ser grandes carnavales a pequeñas reuniones y que incluso crea una manera de neofolklore donde resalta el capitalismo.

Las ceremonias tradicionales generan una gran diversidad de expresiones e interpretaciones que dependen principalmente de la multiplicidad social, étnica y lingüística que depende de las sociedades que las celebran y participan en estas ceremonias. Por eso, muchas festividades pueden ser similares en sociedades distintas, pero con un significado diferente para cada una debido al carácter social, también influye dependiendo de los fundamentos en cómo se formaron estas sociedades.

Así mismo existen dos tipos de celebraciones: religiosas y profanas o no religiosas.

Las celebraciones religiosas cumplen con homenajes en nombre de vírgenes, santos, cristos, etc., mientras que las celebraciones profanas o no religiosas mantiene afinidad con temáticas:

Fiestas calendario o significado especial, se celebran con el inicio o finalización de un ciclo específico y que tienen algún significado característico para un grupo social como: Año Nuevo, día del trabajo, día de la raza y otras relacionadas.

Fiestas cívicas, se celebran por hechos históricos en memoria de personajes que marcaron parte de la historia de la región como: Aniversario de la Batalla de Pichincha, primer grito de independencia, etc.

Desfiles, por lo general son un adicional dentro de otras celebraciones, en el que se destacan corsos y desfiles de cantonización.

Fiestas indígenas, que se relacionan con los ciclos agrícolas y se caracterizan por ser de estilo folclórico, formando parte del acervo patrimonial como: Inti Raymi, Pawkar Raymi, Fiesta del Sol, entre otros (Pereira, 2017).

2.6.41 Leyendas y mitos

Las leyendas es un tipo de narración histórica con verso y prosa, que forman la base de relatos que unen una historia con lo fabuloso. Se transmiten de generación en generación comúnmente de forma oral, que tienen la finalidad de transmitir tradición y proponer aprendizaje bajo una perspectiva de hechos históricos sin credibilidad que no tienen una contextualización verificada y que tratan de un lugar o personaje en concreto (Mainer & Vega, 2019).

CAPÍTULO III. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1 Análisis externo

3.1.1 Análisis PEST

3.1.2 Análisis político

Dentro de los aspectos políticos la Ley de Turismo en el Capítulo VII redacta que los gobiernos provinciales y municipios tienen derecho económico para invertir en planes turísticos ya sean culturales, históricos o naturales, siempre que demuestren que el proyecto ha aportado a la ampliación del turismo con especial enfoque en áreas con poco desarrollo socioeconómico o que necesiten ser promocionadas rápidamente (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2004).

Por otra parte, en la Ley Orgánica de Cultura se presenta el "Programa Nacional de Formación de Públicos" el cual en colaboración de diferentes instituciones educativas del país se busca formar un público joven de espacios culturales que desde la niñez tengan el interés e iniciativa por fomentar el conocimiento, siendo así que por medio de visitas por parte de los estudiantes a las bibliotecas, museos, espacios audiovisuales, entre otros, tengan un mayor impulso de aprender sobre la cultura ecuatoriana; como parte de este programa nacional también brinda mayor importancia al festival de Artes Vivas de Loja, buscando llevarlo a un reconocimiento a nivel internacional y así mejorar la tasa de turismo en el país.

Además, el director del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC), debe establecer y ejercer la normativa técnica para proteger, conservar e investigar el patrimonio cultural y arqueológico, y administrar su conservación y restauración y asegurar el cumplimiento de las normativas (Delgado, 2017).

Actualmente el Consejo Municipal de Ambato aporta con normas legales para regular las actividades turísticas, su competitividad, organización y funcionamiento, además de coordinar con empresas turísticas para fomentar la participación y regular el uso de espacio público.

También como parte de esto busca implementar principios básicos dentro del turismo como: inclusión, sostenibilidad ambiental, calidad y control turístico, excelencia en la

atención al cliente, participación ciudadana y multidesarrollo; que tiene como objetivo convertir a la ciudad en una competencia turística y fomentando su reconocimiento a nivel nacional (GAD, Ordenanza de Turismo, 2015).

3.1.3 Análisis económico

Se tiene registro de que el área de Cultura de la Municipalidad de Ambato invirtió 33.600 dólares en la restauración y mantenimiento de diferentes elementos patrimoniales que se han formado parte del patrimonio de los museos y quintas de la ciudad, tales como las Quintas Juan León Mera, Centro Cultural Mario Cobo Barona, Centro Cultural Pachano Lalama, Museo de Pasa, Museo de Juan Benigno Vela, Martínez Holguín y Museo Pictórico Edmundo Martínez. Parte de esta restauración se aplicó en lámparas, soportes de cuadros, bastidores, y se aplicó un proceso de digitalización de fotografías para que futuros investigadores al manipular los cuadros, que no se desmonten agresivamente y se puedan basar en fotografías digitales para conservar más los cuadros originales (El Herald, 2023).

Acotando al tema el alcalde Javier Altamirano decidió invertir 42 mil dólares mensuales en el mantenimiento de áreas verdes, colocando nuevas plantas y limpiando los sistemas de riego en los parques y jardines de la ciudad (GAD Municipalidad de Ambato, 2020).

El efecto económico que genera el turismo a nivel de Tungurahua tiene un ascenso de ingresos de 21 millones al año, lo cual resulta como beneficio directo a la población por la generación de ingresos, creación de empleos, distribución de ingresos. Como parte de la creación de empleos se registra que alrededor de 1471 empresas vinculadas al turismo ofrecen la oportunidad de empleo lo cual mejora las condiciones económicas a un 10% de la población en Tungurahua, lo que significa que hay una distribución más equitativa de los ingresos entre la población beneficiada (Santamaría & Bayas, 2017).

Uno de los últimos aportes económicos registrados es la “Ordenanza Presupuesto Participativo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato” donde se estableció el presupuesto para el Comité Permanente de la Fiesta de las Flores y Frutas,

el cual asignó el presupuesto de 1'157.557.96 dólares para a su vez también ser invertido en la interculturalidad, espacios deportivos y otros beneficios para la ciudad (GAD, 2022)

3.1.4 Análisis social

En base al artículo “En busca de la marca ciudad: el caso de Ambato” planteado por Morocho, Jiménez, & Barrios (2022) donde después de realizar varias encuestas con aspectos de la relación que existe entre la población ambateña y la ciudad, se establece que el 80% de la ciudadanía se siente Muy orgulloso de Ambato, los cuales tienen cierto interés por conocer más sobre la cultura ambateña y parte de su historia.

De igual manera como parte de las conclusiones se considera que la mayor parte de ambateños tienen desconocimiento sobre los sitios turísticos de la ciudad al igual de la marca-ciudad e incluso tienen mayor conocimiento sobre turismo de otras ciudades.

Cabe resaltar que se recomienda ir más allá de la promoción de eventos concretos ya establecidos en la ciudad, como la Fiesta de las Flores y las Frutas para llamar la atención de distintos públicos. Además de generar estrategias de promoción menos intuitivas y más analíticas.

Parte del desinterés que se genera en la población es debido a la globalización, cultura popular del momento e incluso el nivel de educación hacen que varíe el interés por el valor patrimonial, así mismo, por la falta de eventos culturales, expresiones artísticas que sean dirigidos para fomentar la identidad cultural (Solís, 2016).

3.1.5 Análisis tecnológico

Por medio del binomio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TICS) con el turismo, esto se muestra como un instrumento que facilita la expansión del conocimiento sobre los atractivos turísticos y patrimonios culturales, posibilitando así el simple acceso a la información por medio de portales web, redes sociales, tecnologías móviles, realidad aumentada y más; en consideración de estos aspectos el atractivo turístico forma un punto de referencia que permite al turista crear un vínculo y asociación previo entre el destino y lo que se plantea en redes sociales o sitios web (Luque, Zayas, & Caro, 2015).

Se prevé que el sector del turismo ecuatoriano comenzará a incorporarse con la tecnología por medio de aplicaciones móviles que funcionen como tiendas virtuales, las cuales ofrezcan planes de viajes, información concreta y que a su vez utilice la geolocalización lo cual también aportará a la difusión de información (Tafur, Vélez, Alejo, Zumba, & Jácome, 2018).

Además, se tiene la plataforma digital GoRaymi es una plataforma la cual fue creada por un grupo de emprendedores riobambeños que busca la difusión y marketing en el turismo y la interacción con los lugares atractivos del Ecuador por medio de la propuesta: descubre, vive y aprende; además en esta plataforma se brinda información de las áreas protegidas, cultura, naturaleza, comercio, ofertas, destinos, emprendimientos, arte, historia, entre otros puntos. La creación de esta plataforma ha llevado a que la población especialmente ecuatoriana obtenga información de lugares turísticos de una manera más óptima y también a que se creen asociaciones entre organismos de turismo de diferentes provincias del país y mostrando a Ecuador frente al mundo como destino turístico líder (GoRaymi, 2022).

En la tecnología, por parte del GAD Municipalidad de Ambato, en su página oficial se encuentra el apartado de destinos sostenibles - recorridos 360, el cual se basa en una actividad interactiva que ofrece una experiencia de visita virtual a la Quinta de Juan León Mera mediante tecnología actual, facilitando la interacción de los usuarios con el ámbito histórico y cultural de la ciudad (GAD Municipalidad de Ambato, 2020).

Según el último informe del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) se registra que, en Tungurahua hasta el mes de junio 2022, existe 91541 cuentas y usuarios con servicio de acceso a Internet, donde la zona urbana tiene un mayor crecimiento de usuarios a diferencia del área rural, siendo la sexta provincia a nivel nacional con mayor acceso a internet (El Telégrafo, 2023).

3.1.2 Tendencias

Una de las nuevas tendencias dentro del turismo es el término ed-ventures que ha empezado a surgir dentro del turismo rural, activo y de aventura. La tendencia del turismo ed-venturas aborda una propuesta entre educación y aventura con un desarrollo de actividades físicas como montañismo, senderismo, trekking, entre otros y a su vez conocer sobre los recursos naturales, culturales y artísticos del destino turístico. Por esta razón los países más buscados para practicar ed-ventures son los destinos que ofrecen variedad de espacios natural y ecológicos que a su vez presentan diversos lugares que fomenten el conocimiento de cultura.

Otra de las tendencias perteneciente a este ámbito es el turismo cultural el cual favorece a promover el conocimiento de la identidad cultural del lugar destino, dando a conocer así el arte, historia, tradiciones, donde el turista busca principalmente asistir a festividades, museos, festivales que ayuden al aprendizaje del lugar (Ostelea, 2021).

Como tendencia tecnológica, se propone el binomio entre turismo y tecnología, que se aplica en fotogrametría en los museos que consiste en crear modelos 3D a partir de un escaneo, replicando así las obras con texturas realistas. Además, con la aplicación de esta tecnología se ha podido digitalizar diversos bienes culturales en 3D que en aplicaciones móviles implementa la técnica de realidad aumentada con información sobre los modelos reproduciendo un museo realista. Un inconveniente presente dentro de este sistema es que el turista en si busca conocer la versión original y la experiencia que se brinda en los museos (Luque, Zayas, & Caro, 2015).

Dentro de las tendencias en ilustración se hace referencia al estilo cyberpunk el cual es un movimiento cultural el cual nace del subgénero de ciencia ficción, donde también se lo traduce como “alta tecnología de baja vida”, actualmente dentro del diseño se lo maneja como una mezcla la tecnología y avances científicos con la rebelión, mostrando así un entorno distópico y a su vez futurista (Creativo News, 2020).

Otra de las actuales tendencias enfocada en la ilustración es el estilo Flat Design o Diseño Plano, el cual se define por ilustración sin texturas, sombras, degradados, ni efectos que brinde profundidad, lo que lleva al diseñador gráfico a expresar su idea directamente con ilustraciones 2D minimalista sin motivos decorativos ni efectos.

Las formas, el color y la tipografía son elementos fundamentales que ayudan a integrar y estructurar la ilustración. Dentro del manejo de las formas se debe utilizar ya sean formas cuadradas o con esquinas redondeadas pero que mantengan un mismo estilo y coherencia entre ellas con el fin de no tener un diseño híbrido; de la misma manera dentro del color la paleta que comúnmente se maneja son colores claros y arriesgados tomando en cuenta que el precepto del Flat Design es el minimalismo es suficiente con utilizar dos colores.

Además, la tipografía que utiliza este estilo es limpia y clara, que facilita la lectura limitando las distracciones y siendo coherente con la composición, dejando espacios en blanco que brinde un respiro al texto, manteniendo la simplicidad (Imprenta Online 24, 2021).

Así mismo una de las tendencias en la ilustración es el estilo doodle, donde a partir de un dibujo se da lo que comúnmente llamamos garabatos que mantiene un estilo inconsciente y detallado que resulta lúcido y atractivo. Este es un estilo más fluido y espontáneo pero que podría llegar a ser complejo por la cantidad de detalles, colores y elementos que se apliquen, por lo que este tipo de dibujos son dirigidos a un público más joven (Silveira, n.d.).

Este estilo tiene su origen como un contraste entre las formas, color, figuras rectas o curvas, líneas y su combinación que tiene la característica de ser rápido y espontáneo, actualmente se lo clasifica como una tendencia latente ya que recién tiene sus comienzos entre los creadores jóvenes. Aun así, el impacto de esta tendencia puede repercutir tanto sobre el ámbito social, como en el económico debido a que representa un cambio en las estructuras rígidas que se plantean en la actualidad e implementa un espacio más irregular, donde su relevancia va sobre la identidad y personificación, con la capacidad de formar un vínculo emocional entre usuario y producto (Calderón, 2018).

3.1.3 Segmentación del mercado potencial

Tabla 2.
Segmentación de mercado potencial

Segmentación	Datos
Geográfico	
País	Ecuador
Región	Sierra
Provincia	Tungurahua
Ciudad	Ambato
Demográfico	
Edad	20 a 24 años
Género	Masculino - femenino
Estado social	Medio - alto
Estado civil	Soltero/a
Ocupación	Opcional
Psicográfico	
Valores	Respeto, voluntad, empatía, compasión,
Personalidad	Entusiasta, activo, inteligente, aventurero, generoso.
Estado de vida	Activo, colectivo, social

3.1.4 Análisis del sector y del mercado de referencia

Dentro de la ciudad de Ambato se toma como muestra a jóvenes de 20 a 24 años, ya que, debido a factores como la globalización, influencia de otras culturas e incluso por el incremento del uso de redes sociales ha llevado al desinterés, desvaloración y falta de conocimiento por parte de estos grupos con respecto a la cultura ambateña, con enfoque en los lugares emblemáticos de la ciudad, considerando que muchos de los jóvenes tienen el interés por aprender más respecto al tema pero no existe lugares exactos ni material que ofrezcan información.

El proyecto se enfoca en un tipo de mercado prosumidor es decir que el consumidor no se enfoca solo en el producto o servicio, sino mas bien se basa en la experiencia de marca, este tipo de mercado son muy activos en redes sociales por lo que comparten sus experiencias con otros consumidores lo que aporta a la interacción entre los usuarios y a la retroalimentación de la marca (Reyes, 2018).

En base a lo planteado el mercado de referencia son jóvenes de 20 a 24 años con un perfil de personalidad racional-extrovertido, que les gusta viajar y el turismo, además de tener interés por conocer sobre cultura e historia, que tienen la pasión por profundizar y la curiosidad por aprender más sobre estos temas. Además, mantienen un estado social medio-alto, manejan redes sociales mayormente Instagram y Tik Tok, se encuentran al tanto de tendencias, con un estilo de vida activo, participativo, aventurero, estético, novelero, con criterio formado y social.

3.1.5 Índice de saturación del mercado potencial

Diversas entidades e instituciones desempeñan un papel crucial dentro de la promoción de turismo y los lugares icónicos de la ciudad. Entre ellas se encuentran la Dirección de Cultura y Turismo, Tungurahua turismo, Vive Tungurahua y el Gobierno Provincial de Tungurahua. Estas organizaciones se esfuerzan por proporcionar información detallada y material gráfico tanto en formatos digitales como físicos.

Un ejemplo destacado es la Guía Digital de Turismo en Ambato, disponible en la página web visitambato.ec, y que también se distribuye físicamente durante programas relacionados con el turismo en la zona. Esta guía se convierte en una herramienta valiosa

para los visitantes y turistas interesados en explorar la ciudad y sus lugares más emblemáticos.

Sin embargo, una limitación en este proyecto es la difusión de estas guías. A menudo, las propias entidades no logran promocionar adecuadamente la existencia de estos recursos turísticos, asumiendo erróneamente que solo quienes asisten a programas turísticos tienen acceso a ellos. Esto conduce a que la información implementada en las guías se difunda principalmente entre un mismo tipo de público, limitando su alcance potencial.

En general las entidades involucradas en la promoción turística juegan un papel vital en la difusión de información y material gráfico sobre los lugares icónicos de la ciudad. Sin embargo, no existe mucha difusión de este material, que permita su fácil adquisición o distribución, fomentando así el turismo.

3.1.6 Análisis estratégico de la competencia – benchmarking

La ilustración es una herramienta creativa que favorece a la comunicación e interpretación de información narrada, que dentro de la publicidad busca facilitar el entendimiento apoyándose en un medio visual, lo que dentro de esta investigación podría solucionar y aportar la difusión de conocimiento.

Se plantea la referencia del proyecto por parte del (Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua, 2022) esta campaña busca activar el turismo en Tungurahua, brindando una experiencia en el recorrido de la provincia dando a conocer sobre la cultura, aportes gastronómicos, tradiciones, actividades y comercio aplicándolo en un mapa interactivo con ilustraciones utilizadas en iconografía en un medio digital, además del uso de artes gráficos que tienen la misma finalidad de promoción.



Imagen 13. Mapa interactivo de la provincia de Tungurahua

Fuente: Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua (2022)

Como parte de este proyecto, también se encuentra la creación de un pasaporte “Vive Tungurahua” que busca generar una experiencia por medio de que los ciudadanos visiten diferentes puntos turísticos por cada cantón de la provincia y al realizarlo brindar una recompensa, para así fortalecer la identidad de cada lugar.



Imagen 14. Pasaporte Turístico “Vive Tungurahua”

Fuente: Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua (2022)



Imagen 15. Post publicitario sobre Pasaporte Turístico “Vive Tungurahua”

Fuente: Vive Tungurahua (2023)

También se considera la “Guía de la Ruta Agroturística Artesanal del Cantón Ambato” brindada por la Dirección general del Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua, es una herramienta que ofrece información general sobre Ecuador y Tungurahua, con información más detallada sobre la historia, servicios, actividades, gastronomía y tradiciones del cantón Ambato con la finalidad de que el turista pueda planificar un mejor viaje y recorrido por la ciudad. Además de la información textual, esta guía también brinda simbología que hace referencia a las actividades y elementos que se puede encontrar en los diferentes lugares, al mismo tiempo ofrece un mapa de las Rutas Agroturísticas Artesanales de Tungurahua, con pequeñas ilustraciones sobre lugares y lo que se puede encontrar en cada cantón

SIMBOLOGÍA UTILIZADA EN ESTA GUÍA

	Utilizar vestimenta y calzado cómodos.		Ropa abrigada.		Gorro y guantes.
	Llevar agua, gorra de visera y gafas		Usar repelente para insectos.		Llevar terno de baño, sandalias y gorro de baño.
	Llevar cámara fotográfica.		Llevar dinero en efectivo.		Visitar en familia ó en grupos.
	Acceder bajo la guía de personal capacitado (operadora).		Realizar el recorrido en horas del día y bajo condiciones climáticas adecuadas, acompañado de un guía.		Depositar los desperdicios en los basureros, caso contrario guardarlos en una funda plástica.
	Usar zapatos de trekking.		Usar equipo adecuado para practicar la actividad.		Contactarse antes de la visita con el propietario.
	Se permite el ingreso de mascotas.		Llevar refrigerio y bebida hidratante.		Llevar equipo de camping de alta montaña.
	Llevar ropa impermeable.		Llevar binoculares y linternas.		Llevar ponchos de agua, botas de caucho.
	Llevar documentos personales.		Prohibido ingresar con alimentos.		Prohibido el ingreso de mascotas.
	No dañar la naturaleza.		No dar alimentos a las especies y tener precaución de no acercarse demasiado a las jaulas.		Fotografía permitida solo en exteriores.

Imagen 16. Simbología utilizada en la “Guía de la Ruta Agroturística Artesanal del Cantón Ambato”

Fuente: Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua (2015)



Imagen 17. Mapa de las Rutas Agroturísticas Artesanales de Tungurahua

Fuente: Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua (2015)

Así mismo otro de los aportes por parte del GAD Municipalidad de Ambato es la “Guía de destinos de Ambato”, que tiene la finalidad de informar sobre destinos sostenibles, museos, naturaleza, fiestas y compras que ofrece la ciudad, además contiene información textual como parte de la historia, rutas turísticas, una breve descripción de los lugares acompañado de fotografías y las ubicación con horarios de atención, en algunos casos el valor de entrada, considerando que toda esta información se encuentra en español e inglés para así facilitar el entendimiento de turistas locales y extranjeros. Esta guía se puede encontrar en internet, pero a su vez también se la entrega en eventos culturales de la ciudad.

COMO LLEGAR ?

HOW TO GET ?

AL DESTINO

PUEDES LLEGAR VÍA TERRESTRE

Quito Ambato	Guayaquil Ambato	Cuenca Ambato
<p>Terminal Terrestre de Quitumbe Frecuencias de salida: Cada 5 minutos Distancia: 155 km Tiempo de viaje: 2 horas – 30 minutos</p>	<p>Terminal Terrestre de Guayaquil Frecuencias de salida: Cada 10 minutos Distancia: 266 km Tiempo de viaje: 5 horas – 10 minutos</p>	<p>Terminal Terrestre de Cuenca Frecuencias de salida: mañana-noche Distancia: 306 km Tiempo de viaje: 5 horas – 40 minutos</p>
<p>Terrestrial Terminal of Quitumbe Departure Frequencies: Every 5 minutes Distance: 155 km Travel time: 2 hours - 30 minutes</p>	<p>Guayaquil Terrestrial Terminal Departure Frequencies: Every 10 minutes Distance: 266 km Travel time: 5 hours - 10 minutes</p>	<p>Terrestrial Terminal of Cuenca Departure frequencies: morning-night Distance: 306 km Travel time: 5 hours - 40 minutes</p>

Imagen 18. Guía del cantón Ambato

Fuente: Gobierno Municipal a de Ambato (2021)

MUSEO PICTÓRICO EDMUNDO MARTÍNEZ

PICTORIAL MUSEUM

Rodeado de sensaciones multicolores se encuentra el Museo Pictórico Edmundo Martínez, espacio donde despiertas al arte plástico de exponentes nacionales e internacionales; siendo el refugio artístico del salón nacional de pintura "Luis A. Martínez".

Surrounded by multicolored sensations is the Edmundo Martínez Pictorial Museum – a space where you are awoken to national and international exponents of the plastic art. It is the artistic refuge of the national painting hall "Luis A. Martínez".



Horario: Miércoles - Domingo / 09h00 - 17h30
Dirección: Guayaquil y Rocafuerte
Entrada gratuita

Hours attention: Wednesday - Sunday / 09h00 - 17h30
Address: Guayaquil and Rocafuerte streets
Free entrance

Imagen 19. Guía del cantón Ambato

Fuente: Gobierno Municipal a de Ambato (2021)

3.2 Análisis FODA

3.2.1 Fortalezas

- El área de Cultura de la Municipalidad de Ambato se encarga del mantenimiento y restauración de piezas que forman parte de sitios turísticos.
- Diversidad de patrimonio cultural y arqueológico.
- Servicios e infraestructuras adecuadas para turistas dentro de las zonas urbanas de la ciudad.
- Ubicación estratégica de la ciudad con fácil acceso y conexiones de transporte.

3.2.2 Oportunidades

- Interés por parte del público joven por conocer más sobre la cultura de la ciudad.
- El Ministerio de Turismo del Ecuador tiene leyes que respaldan los sitios emblemáticos de la ciudad.
- Potencial para brindar diferentes tipos de turismo comunitario, turismo gastronómico, turismo cultural.
- Apoyo por parte de los ciudadanos por tener reconocimiento cultural a nivel nacional.

3.2.3 Debilidades

- Falta de organización para realizar proyectos que fomenten el conocimiento de cultura ambateña.
- Escasez de material de difusión sobre información concreta de los sitios turísticos de la ciudad.
- Falta de capacitación en el sector turístico y cultural.
- Infraestructura turística limitada en áreas rurales.
- Actividades turísticas puede afectar al mantenimiento de un ecosistema limpio en los lugares turísticos.

3.2.4 Amenazas

- Las promociones de las agencias turísticas llevan a que los ciudadanos tengan mayor interés por conocer otros países y ciudades.
- Los ciudadanos no tienen suficiente conocimiento sobre los sitios icónicos de la ciudad.
- No existe un presupuesto fijo establecido que se dirija a difundir información de sitios turísticos.
- Problemas de seguridad.

3.2.5 Cuadro resumen del análisis FODA

Tabla 3.
Cuadro resumen del análisis FODA

	<p>Fortalezas</p> <p>1.- El área de Cultura de la Municipalidad de Ambato se encarga del mantenimiento y restauración de piezas que forman parte de sitios turísticos. Diversidad de patrimonio cultural y arqueológico.</p> <p>2.- Diversidad de patrimonio cultural y arqueológico.</p> <p>3.- Servicios e infraestructuras adecuadas para turistas dentro de las zonas urbanas de la ciudad.</p> <p>4.- Ubicación estratégica de la ciudad con fácil acceso y conexiones de transporte.</p>	<p>Debilidades</p> <p>1.- Falta de organización para realizar proyectos que fomenten el conocimiento de cultura ambateña.</p> <p>2.- Escasez de material de difusión sobre información concreta de los sitios turísticos de la ciudad.</p> <p>4.- Infraestructura turística limitada en áreas rurales.</p> <p>5.- Actividades turísticas puede afectar al mantenimiento de un ecosistema limpio en los lugares turísticos.</p>
<p>Oportunidades</p> <p>1.- Interés por parte del público joven por conocer más sobre la cultura de la ciudad.</p> <p>2.- El Ministerio de Turismo del Ecuador tiene leyes que respaldan los sitios emblemáticos de la ciudad.</p> <p>3.- Potencial para brindar diferentes tipos de turismo comunitario, turismo gastronómico, turismo cultural.</p> <p>4.- Apoyo de la ciudadanía por tener reconocimiento cultural a nivel nacional.</p>	<p>Estrategias FO F1, F2, F3, O1, O2</p> <p>Gestión de convenio entre entidades públicas y grupos de jóvenes ciudadanos para cumplir con el cuidado y mantenimiento de patrimonio cultural.</p> <p>F4, F5, O3</p> <p>Promover el turismo gastronómico y otros servicios que brinda la ciudad por medio de ilustraciones.</p> <p>F5, O4</p> <p>Establecer rutas de rápido acceso que faciliten la movilización hacia los principales puntos de la ciudad.</p>	<p>Estrategias DO D3, O2</p> <p>Brindar capacitaciones a miembros del sector turístico y cultural.</p> <p>D1, D2, O2, O3</p> <p>Por parte del GAD Municipalidad de Ambato aumentar actividades turísticas para diferentes públicos, donde también se brinde información concreta de la ciudad.</p> <p>O2, O4, D5</p> <p>Realizar campañas para incentivar a la ciudadanía a mantener los espacios turísticos limpios.</p>
<p>Amenazas</p> <p>1.- Las promociones de las agencias turísticas llevan a que los ciudadanos tengan mayor interés por conocer otros países y ciudades.</p> <p>2.- Los ciudadanos no tienen suficiente conocimiento sobre los sitios icónicos de la ciudad.</p> <p>3.- No existe un presupuesto fijo establecido que se dirija a difundir información de sitios turísticos.</p> <p>4.- Problemas de seguridad.</p>	<p>Estrategias FA F3, F4, A2</p> <p>Implementar información sobre la identidad de la ciudad en sitios estratégicos y en las infraestructuras turísticas que brinda la ciudad para que así llegue a la diferente población.</p>	<p>Estrategias DA D1, D2, A1, A2</p> <p>Asociarse con las agencias turísticas para propagar el conocimiento de la información sobre los lugares icónicos de la ciudad.</p> <p>D4, D5, A4</p> <p>Aplicar campañas que aporten a difundir los destinos turísticos de la ciudad, además de incentivar a mejorar la seguridad y sostenibilidad del ambiente.</p>

3.3 Rentabilidad

La problemática de la falta de elementos gráficos que proporcionen información sobre los diferentes lugares turísticos de la ciudad de Ambato afecta en parte tanto al turismo como al nivel de conocimiento de la ciudadanía sobre la cultura e historia, como aporte por parte de las entidades de turismo han aportado con folletos, guías y cierta información en sitios web que no han sido lo suficientemente difundidas o dirigidas para otro tipo de público, además de que falta un lugar en específico donde se pueda obtener esta información y mayormente se ofrecen estos folletos en programas culturales de la ciudad.

Este proyecto se realizará en base a investigaciones previas que evidencia la falta de material gráfico que aporte solución a la problemática

CAPÍTULO IV. METODOLOGIA

4.1 Método

La metodología del proyecto es el método deductivo, ya que analiza principios básicos de la ilustración y los elementos visuales que lo constituyen, además de métodos de análisis de comunicación visual y síntesis gráfica ya establecidos como punto de enfoque principal en la investigación.

4.2 Enfoque del proyecto

El presente proyecto integrador manejará un enfoque cuali-cuantitativo.

Jensen (2014) en su libro de las metodologías de la investigación cuantitativa y cualitativa examina el entorno de las ciencias de la comunicación para plantear un concepto de los métodos.

El enfoque cuantitativo pretende segregar las fases de la conceptualización, la recolección de los datos, el análisis y la discusión; también puede delegar algunas de las fases a codificadores o a otros colaboradores, así como a procedimientos computarizados. En comparación, en el estudio cualitativo prototípico la interpretación es una actividad de entrecruzamientos que un investigador individual emprende de manera continua.

Se aplica un enfoque mixto en la parte del proyecto debido a que se aplicara la investigación cuantitativa en la recolección de datos sobre el porcentaje de ciudadanos que tienen el interés por conocer acerca de la cultura e historia ambateña, además de los porcentajes de los sitios principales que se consideran como puntos icónicos.

Por otro lado, el enfoque cualitativo se enfoca en la recolección de datos sobre la opinión de los diferentes profesionales en el área de diseño gráfico y turismo, así mismo los diferentes puntos de vista que tienen los ciudadanos y su aporte en registros narrativos según su perspectiva.

4.3 Modalidad básica de la investigación

Investigación Bibliográfica – Documental

Como parte de las fuentes para recolectar información que aporta a la investigación sobre los lugares icónicos de la ciudad, turismo, diseño gráfico e ilustración se obtiene de fuentes como: libros, tesis, artículos de revistas y periódicos, documentos de Ministerios y Gobiernos, entre otros artículos; con el fin de ayudar a incrementar información verificable y confiable que sirva para aportar al presente proyecto y su ejecución.

Investigación de campo

Para obtener información directa y actualizada con respecto a la problemática actual, se plantea el uso de entrevistas a expertos en diseño gráfico, especialmente en el área de ilustración y también expertos en turismo dentro de la ciudad de Ambato para así conocer el tipo de medio en el que se debería presentar el resultado final y la aceptación que este tendría en jóvenes de 20 a 24 años, adicional a esto se propone implementar encuestas al público objetivo para conocer sus gustos actuales con respecto a las tendencias de ilustración, además del interés y nivel de conocimiento que tienen con respecto a la cultura ambateña.

4.4 Nivel de investigación

Investigación exploratoria

Como parte inicial de la investigación se toma como referencia diferentes proyectos previos para analizar la situación actual de la problemática, las necesidades y oportunidades las que facilitan plantear una mejor solución. También se analiza tendencias actuales sobre el turismo y la ilustración con datos relevantes de los mismos que permite examinar más a profundidad el presente proyecto.

Investigación descriptiva

La investigación descriptiva permitirá identificar los rasgos y clasificación del público al que se plantea el proyecto, llevando a manejar instrumentos de recolección de datos como las encuestas y entrevistas. También se realizarán cuatro entrevistas a diferentes

entes ilustradores y miembros conocedores de turismo en la ciudad. Además, se realizarán encuestas al público al que dirige el proyecto, siendo jóvenes de 20 a 24 años para información más precisa y detallada sobre sus conocimientos e interés por los recursos culturales de la ciudad.

Investigación explicativa

En base a la información recolectada previamente se aplicará en la ilustración y medios gráficos que permitan atender la problemática actual, lo cual también ayudará a tener datos e información más exacta para conocer los mejores soportes y medios de difusión para llegar al público objetivo.

4.5 Población y muestra

La muestra para el proyecto integrador es de la población de 20 a 24 años en la ciudad de Ambato, los datos se obtuvieron del INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos), donde se determina que la población de 20 a 24 años ocupa el 9,80% de la población total de Ambato con la cantidad de 29939 habitantes

Formula ocupada para la muestra:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{Ne^2 + Z^2 pq}$$

Cada una tiene su representación:

N= es la población (29939)

Z= nivel de confianza 95% (1,95)

P=probabilidad de éxito (0,5)

q = probabilidad de fracaso (0,5)

e=margen de error permitido 5% (0,05)

n=tamaño de la muestra

La cantidad según la formula del muestro probabilístico simple es n= 379

4.5.1 Perfiles destinados para entrevistas

Tabla 4.
Perfiles de entrevistas

Fuente	Perfil	Cantidad
Diseñador gráfico	<ul style="list-style-type: none">• Conocimiento en ilustración y tendencias actuales.• Experiencia en trabajar con personas de 20 a 24 años.	2
Servidor Público de Turismo y Cultura	<ul style="list-style-type: none">• Conocimiento en cultura e historia de la ciudad de Ambato.• Relacionado con la dirección de cultura y turismo de la ciudad.	1
Profesional de turismo	<ul style="list-style-type: none">• Experiencia en turismo cultural.• Relación con turismo de público joven (20 a 24 años) en la ciudad.	1

4.6 Análisis e interpretación de resultados

4.6.1 Entrevistas

Diseñador gráfico N°1

1. ¿Cuán importante considera usted que es un diseñador para aportar en la difusión de información?

Un término empleado por Norberto Chaves entorno al diseñador, donde le refiere como el interventor gráfico, así mismo hay una interpretación de Joan Costa, el diseñador grafico entorno a la comunicación es como el encargado de hacer que funcione, que se reproduzca el mensaje de la manera más adecuada en el canal más efectivo, por ende, lo llaman interventor gráfico puesto que participa de un lenguaje de tinte universal que es la imagen para comunicar.

2. ¿Qué canal considera que es más viable emplear para llegar a los jóvenes, ya sea un medio digital o impreso?

En la actualidad después de haber pasado por la pandemia, los medios digitales han logrado mayor cobertura, no solo por su caracterización sino también por el aislamiento colectivo que se padeció. Además, es un canal efectivo porque sumó muchos adeptos y de muchas edades, por ejemplo, los niños consumiendo como adultos y los adultos encontrando en los medios digitales un asistente para los niños, lo cual fue un fenómeno. Si se trabaja con jóvenes el canal más efectivo es la tecnología, aplicaciones y plataformas de interacción.

3. ¿Qué técnica o estilo de ilustración que ha implementado en sus proyectos han sido los más exitosos dentro del público joven?

El maximalismo, cyberpunk y techno dystopia, debido a que tienen colores muy vibrantes, las imágenes son muy expresivas y los motivos son bastante dinámicos, lo cual atrae a los jóvenes; es como trabajar con colores para dulces, los dulces tienen sabores y los sabores se caracterizan con colores, todos reconocemos los sabores de los dulces a partir de la experiencia que tenemos; si la persona conecta esa emoción sensorial con la imagen y la ilustra en estos estilos va a captar mucha gente sobre todo joven, que prefiere imágenes llamativas, que demandan atención.

4. ¿Qué elementos dentro de la ilustración considera que es su mayor herramienta de enfoque para llamar la atención de forma más efectiva?

Bajo un concepto previo aquí se enlistan todos aquellos elementos sobresalientes sobre lo que se quiere conectar, los cuales luego son caracterizados con imágenes. Lo que yo hago es un listado de elementos que tienen que ver con el tema y luego los convierto en dibujos o imágenes. Siempre va a existir un peso entorno a los elementos, ya que habrá un elemento que puede ser el eje de la composición, por ejemplo, en la gráfica de calzado solemos utilizar los zapatos porque es el producto que vende y el que más peso tiene, pero también se puede conectar con varios elementos como las costuras, ojales, plásticos, cueros, suelas.

Otro ejemplo es el trabajo de Marcelo Schultz, un ilustrador brasileño que trabaja para Nike, que caracteriza texturas de zapatillas para hacer la imagen gráfica publicitaria, donde siempre hay un elemento eje y existen una variedad de elementos que acompañan la imagen de manera secundaria.

5. Dentro de la impresión ¿Qué formato considera que es más factible para compartir información?

Para impresión se trabajaría con BTL, donde pueden ser tan grandes como las gigantografías y tan pequeños como los flyer, depende el servicio de comunicación que se quiera referir, por ejemplo, una gran valla para productos deportivos es adecuada, mientras la gente tenga mayor exposición de ese tipo de producto es seguro que la recordación será igual de buena. También los flyer a pesar de que se dice que este tipo de impresión esta desapareciendo, es muy dinámico y con un tinte interactivo, son mensajes de manera palpable, asimilables, rápidos y efectivos.

6. ¿Cómo le brinda mayor relevancia o enfoque a un elemento en específico dentro de una composición gráfica?

Primero distinguiendo el elemento principal de la composición y luego trabajando sobre la caracterización de este elemento con algún tipo de mensaje, donde se tendría que resaltar el color, definir un estilo y caracterizar algún elemento secundario como líneas cinéticas o cualquier otro, para elevar la imagen; por ejemplo, para vender fruta con la imagen de una manzana en el estilo techno dystopia se tendría al menos tres colores o tres tonos, un rojo principal, un rosado neón secundario y un tercero anaranjado, luego se caracteriza a la manzana con este estilo y se la separa de los otros elementos y con las líneas cinéticas ayudaría a que se vea distinto al resto de la composición.

La idea es tomar el elemento principal y caracterizarlo entorno a un mensaje, si al elemento se lo une o se lo conecta con un mensaje esa relación será más evidente para el público.

Análisis de la entrevista

Como resultado de la entrevista con el docente de ilustración, un diseñador gráfico cumple un rol importante para comunicar de manera efectiva utilizando el lenguaje universal de la imagen.

En cuanto a un canal en específico que facilitaría el llegar a los jóvenes, serían los medios digitales, ya que después de la pandemia estos medios han ganado mayor cobertura y efectividad, considerando que la tecnología, las aplicaciones y las plataformas de interacción son canales efectivos para este grupo.

De igual manera si se implementa un formato de impresión los más adecuados podrían ser los flyers, a pesar de que se puede considerar que se están perdiendo, realmente pueden transmitir un mensaje de manera palpable, asimilable y rápido. El formato de impresión siempre dependerá del objetivo de comunicación y del público en el que se enfoque.

En las técnicas o estilos de ilustración que han tenido mayor acogida por parte del público joven, se mencionan el maximalismo, el cyberpunk y el techno dystopia, estos estilos se consideran atractivos debido a los colores vibrantes, las imágenes expresivas y los motivos dinámicos que presentan. También como parte de las composiciones gráficas al tratar de brindar mayor relevancia o enfoque a un elemento específico, se sugiere identificar primero el elemento principal, trabajar en su caracterización con colores, estilos, vinculándolo con un mensaje y con elementos complementarios o secundarios que aporten al elemento eje.

En general el mejor canal para emplear y llegar a un público joven por medio de la ilustración es el medio digital donde a su vez las herramientas que más llaman la atención y que ayudará a destacar un elemento principal dentro de una composición gráfica serían el color, estilo y elementos complementarios, donde estos deberán ser vibrantes, dinámicos, expresivos.

Diseñador gráfico N°2

1. ¿Qué técnicas o estilos de ilustración que ha implementado en sus proyectos han sido los más exitosos dentro del público joven?

El público juvenil siempre se guía más por el momento de moda, como ahora toda la ilustración que tiene mucha asociación con la cultura asiática.

Definitivamente esta muy planteada la idea del movimiento cultural k-pop y esta presente como tal en la representación gráfica, aun que no tiene relación con nuestro rasgo cultural pero el tema de la globalización y la información que nosotros obtenemos a través del internet hace que esa barrera se ha roto.

2. ¿Cómo le brinda mayor relevancia a un elemento en específico dentro de una composición gráfica? Como le brinda relevancia ante los otros elementos

Tiene relación con la composición, en algunos trabajos puede ser el color el que permite destacar un elemento, por ejemplo, una composición que es blanco y negro o escala de grises y destacar un solo elemento de color, puedo hacer un punto focal en un elemento dentro de una composición a partir de las dimensiones o ubicación en el plano, ya que nosotros leemos de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo, entonces ubicar los elementos en la esquina superior izquierda va a dar más relevancia ante los demás elementos compositivos.

También toda la composición en función a triadas, por ejemplo, trabajar con triángulos al establecer los puntos focales siendo el del centro el que llame mayor la atención, lo cual tiene que ver con una estructura de composición, como se colocan los elementos en el plano, jugando con cierres visuales, leyes de la Gestalt, cromática.

También podría ser un cambio de estilos, por ejemplo, trabajar en el elemento principal con un estilo llamativo y los fondos trabajar con un estilo más tradicional, este cambio va a generar un elemento de ruptura que llamara la atención.

3. ¿Qué formato considera que es más viable emplear para llegar a los jóvenes, ya sea un medio digital o impreso?

Para la juventud tiene que ser un medio digital.

4. Dentro de la impresión ¿Cuál considera que es el formato más factible para compartir información?

Un editorial que sea más dinámico, paper cut, pop up.

5. ¿Considera usted que la ilustración podría llegar a tener un impacto en el turismo?

Si ya que es la imagen visual la que genera más impacto que el texto, dentro de la categoría de la imagen visual se puede jugar con fotografía, ilustración, iconicidad y diversas formas de representación grafica donde una ilustración para público juvenil si puede llegar a tener un impacto.

Análisis de la entrevista

En base a esta entrevista se puede comprender que en la actualidad el estilo de ilustración que más podría captar la atención de los jóvenes es el movimiento cultural K-pop, debido a que la globalización y el acceso a información a través de internet han roto barreras y permitido la adopción de estos estilos.

En cuanto al método para brindar mayor relevancia a un elemento en una composición gráfica, se mencionan diferentes estrategias. Estas incluyen el uso del color, como destacar un elemento en una composición en blanco y negro o escala de grises, así como la ubicación del elemento en el plano, aprovechando la forma en que leemos visualmente, aplicando estructuras de composición, como triadas, leyes de la Gestalt y cambios de estilos, que generan rupturas visuales y llaman la atención.

Por otra parte, el formato más viable para llegar a los jóvenes, se considera que es el medio digital debido a la preferencia y uso generalizado de los medios digitales por parte de este grupo demográfico. Considerando los medios impresos un formato factible para compartir información es un editorial que emplee elementos dinámicos, como paper cut (recortes de papel) y el pop-up (elementos tridimensionales que se despliegan). Estos formatos pueden captar la atención y generar un impacto visual más llamativo.

En cuanto al impacto de la ilustración en el turismo, se considera que sí se puede generar, ya que la ilustración junto con otros elementos visuales como la fotografía y la

iconicidad, puede ser una forma de representación gráfica que llegue al público juvenil y, por lo tanto, al turismo.

Como conclusión los jóvenes se dejan llevar por las modas actuales por lo que el estilo que resaltara entre ellos en este caso es el enfocado con la cultura asiática, a pesar de que no tenga una relación directa con la cultura local. Al igual de que las editoriales interactivas podrían captar más la atención de un público joven y a su vez los colores llamativos, el cambio de estilo y la estructura es lo que permite resaltar a un elemento del resto en una composición.

Entrevista a Servidor Público de Cultura y Turismo

1. ¿Bajo qué parámetro o cómo identifica un lugar icónico en la ciudad de Ambato?

Consideraría el nivel de pertenencia y significado de la población local.

2. ¿Cuáles considera que son los principales lugares icónicos de la ciudad de Ambato?

La Catedral, Monumento Primera Imprenta, Gastronomía, Industria

3. ¿Qué festivales o celebraciones culturales son emblemáticos de la ciudad?

Fiesta de la Fruta y de las Flores, Sol de Noviembre.

4. ¿En qué zona se encuentran la mayor parte de infraestructuras turística disponible en la ciudad, como hoteles, restaurantes y transportes?

Centro de la Ciudad (Parroquia La Matriz - San Francisco)

5. ¿Existe algún proyecto actual que promueva o publicite el turismo en la ciudad de Ambato?

Se esta desarrollando el proyecto de posicionamiento del Cantón, basado en la nueva marca ciudad

6. ¿Se realizan actividades educativas relacionadas con la cultura, como talleres, conferencias o programas de formación?

La dirección de Cultura y Turismo realiza anualmente dichos procesos culturales y turísticos

7. ¿Existe algún plan de desarrollo turístico a largo plazo para la ciudad?

Plan Cantonal de Turismo 2021-2030

Análisis de la entrevista

Para identificar un lugar icónico en la ciudad de Ambato, se considera el nivel de pertenencia y significado que tiene para la población local. Es decir, la relevancia cultural y emocional que el lugar tiene en la comunidad, siendo así La Catedral, Monumento Primera Imprenta, la gastronomía e industria los referentes más destacados y representativos de la identidad y patrimonio de la ciudad, al igual de la Fiesta de la Fruta y de las Flores y el Sol de Noviembre las dos festividades más importantes dentro de los eventos culturales.

Como parte de desarrollo cultural en actividades educativas, anualmente en la Dirección de Cultura y Turismo se realizan talleres y programas relacionados al proceso cultural.

Finalmente, en la actualidad la ciudad se encuentra en un proyecto en desarrollo que promueve y publicita el turismo basándose en la nueva marca-ciudad, al igual que existe el “Plan Cantonal de Turismo 2021-2030” el cual establece una visión y estrategias para el desarrollo sostenible del turismo a largo plazo.

Entrevista a profesional de Turismo

1. ¿Cuáles son las principales tendencias actuales en la industria turística?

- Experiencias auténticas en destinos únicos.
- Incremento de medios tecnológicos para la compra de servicios turísticos.

- Uso de servicios turísticos respetuosos con el medio ambiente y las comunidades locales.

2. ¿Cuáles considera que son los factores que más influyen en la elección de un destino turístico por parte de los viajeros?

Disponibilidad de tiempo libre del propio viajero.

La cantidad y calidad de información disponible del destino.

Recomendaciones de terceros (familiares, amigos y agentes de viajes).

Costo de servicio.

3. ¿Qué tipo de turismo es el más acogido por parte del público joven?

Turismo de Aventura

Turismo de Sol y Playa

4. A nivel de Ecuador ¿Qué tipo de actividad turísticas es la que más buscan los viajeros?

Turismo de naturaleza

Turismo cultural

Turismo de aventura

5. Dentro de la ciudad de Ambato, ¿Qué lugares son los que más se ofertan como sitios turísticos?

Jardín Botánico Atocha La Liria + Casa Histórica Mera Martínez.

Plaza Mayor (Parque Montalvo – Catedral – Casa Mausoleo Montalvo – Casa El Portal).

Parque Provincial La Familia.

6. ¿Cuál es la temporada alta y baja para el turismo en la ciudad de Ambato?

Alta: Febrero

Baja: El resto del año

7. ¿Considera que el turismo tiene un rol importante dentro del desarrollo económico de la ciudad de Ambato?

No

Análisis de la entrevista

Dentro de las actuales tendencias en el sector turístico se enfoca en ofrecer experiencias auténticas, el uso de medios tecnológicos para facilitar el comercio de servicios y promover el turismo sostenible que es amigable con el medio ambiente y comunidades. Como parte de esto la mayoría del sector turístico de Ecuador busca el turismo de naturaleza, cultural y de aventura, destacando que el público joven de 20 a 24 años prefiere este último.

A nivel de la ciudad de Ambato, la oferta turística aumenta en febrero, mientras que el resto del año mantiene una temporada baja, por otra parte, los lugares más ofertados como sitios turísticos incluye el Jardín Botánico Atocha La Liria y Casa Histórica Mera Martínez, la Plaza Mayor y el Parque de La Familia.

4.7 Encuestas

Las encuestas se realizaron a jóvenes ambateños con un rango de 20 a 24 años, con un total de 382 encuestas.

Pregunta No.1 Sexo

Tabla 5.
Sexo

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	209	54,7%
Masculino	173	45,3%
Total	382	100%

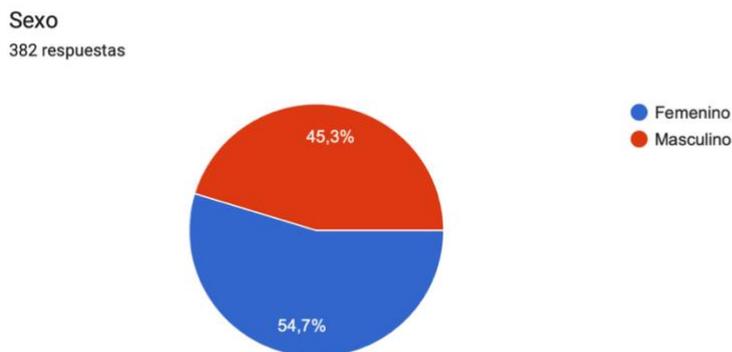


Gráfico 7. Pregunta 1

Análisis

Del total de 382 personas encuestadas, el 54,7% (209 personas) pertenece a mujeres, mientras que 45,3% (173 personas) corresponde a hombres.

Interpretación

Con el resultado de la encuesta se puede comprender que la mayor cantidad de personas son de género femenino, lo cual es un dato importante al momento de cumplir con las necesidades de ambos géneros.

Pregunta No.2 Edad

Tabla 6.
Edad

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
20 años	79	20,7%
21 años	59	15,4%
22 años	55	14,4%
23 años	78	20,4%
24 años	111	29,1%
Total	382	100%

Edad
382 respuestas

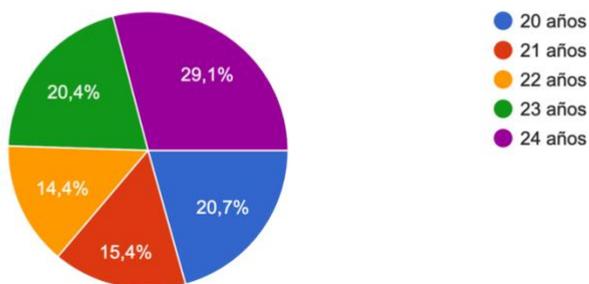


Gráfico 8. Pregunta 2

Análisis

El 20,7% de la muestra representa a la edad de 20 años, es decir 79 personas, el 15,4% del total pertenece a 21 años (59 personas), mientras que el 14,4% hace referencia a los 22 años (55 personas), por otra parte el 20,4% pertenece a los 23 años (78 personas) y por último el 29,1% que se encuentra 24 años (111 personas).

Interpretación

La edad cumple con una función importante dentro de la investigación ya que es una herramienta que facilita conocer el grupo al que se aplicara los instrumentos, sus sentimientos, intereses y formación.

Dentro de esta pregunta se interpreta que la edad de 24 años es la de más población, con un 29,1% seguida por 20 años con (20,7%) y 23 años con (20,4%).

Pregunta No.3 ¿Con qué otro nombre reconoce a la ciudad de Ambato?

Tabla 7.
Nombres de la ciudad

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Ciudad Cosmopolita	24	6,3%
La Ciudad de los Tres Juanes	170	44,5%
El Jardín del Ecuador	13	3,4%
La Tierrita Linda	35	9,2%
La Tierra de las Flores, Frutas y Pan	140	36,6%
Total	382	100%

¿Con qué otro nombre reconoce a la ciudad de Ambato?
382 respuestas

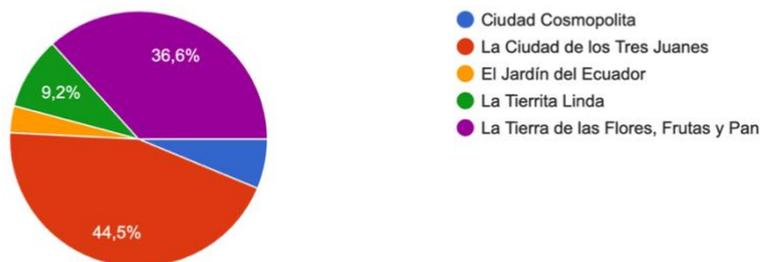


Gráfico 9. Pregunta 3

Análisis

De un total de 382 personas encuestadas, 24 personas (6,3%) reconocen a Ambato con el nombre de Ciudad Cosmopolita, mientras que 170 personas (44,5%) reconoce a la ciudad como La Ciudad de los Tres Juanes siendo este el porcentaje más alto, únicamente 13 personas (3,4%) reconoce a la ciudad como El Jardín del Ecuador, de la misma manera 35 personas (9,2%) conoce a Ambato como La Tierrita Linda y por último 140 personas (36,6%) brinda también el nombre de La Tierra de las Flores, Frutas y Pan.

Interpretación

En este caso la mayor parte de personas encuestadas reconoce a la ciudad de Ambato con el nombre de La Ciudad de los Tres Juanes con un 44,5% de encuestados, esta información facilita entender con que nombre se familiariza o vincula mayormente la población con respecto a la ciudad, además se considera que con el 36,6% esta el nombre de La Tierra de las Flores, Frutas y Pan, siendo esta la segunda más alta y que solo existe un 7,9% (30 personas) de diferencia con la primera opción.

Pregunta No.4 ¿Cuál consideras que son los principales lugares icónicos de la ciudad de Ambato?

Tabla 8.
Principales lugares icónicos

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Catedral de Ambato / El Portal	209	54,7%
Parque Montalvo / Mausoleo de Juan Montalvo	61	16%
Parque Cevallos	20	5,2%
Quinta de Juan León Mera	29	7,6%

Quinta de Juan Montalvo	21	5,5%
Parque de las Flores	34	8,9%
Parque del Sueño	8	2,1%
Total	382	100%

¿Cuál consideras que son los principales lugares icónicos de la ciudad de Ambato?
382 respuestas

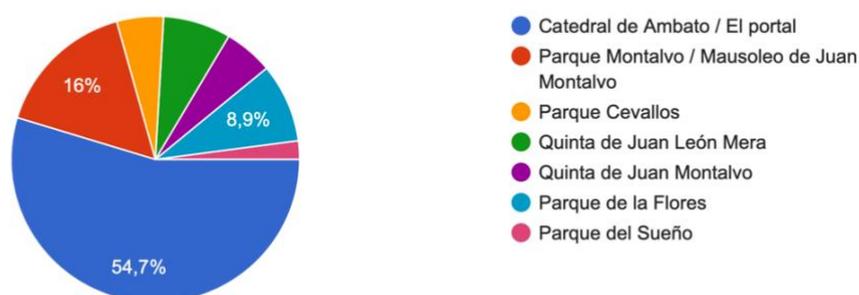


Gráfico 10. Pregunta 4

Análisis

El 54,7% de personas (209) consideran que la Catedral y La Casa del Portal son los lugares más icónicos dentro de la ciudad, por otra parte el 16% de personas (61) consideran que el Parque Montalvo / Mausoleo de Juan Montalvo es el lugar más representativo, el 5,2% de personas encuestadas (20) escogieron el Parque Cevallos, el 7,6% de personas (29) optaron por la Quinta de Juan León Mera, mientras que el 5,5% de personas (21) escogieron la Quinta de Juan Montalvo como el sitio más icónico, por otra parte el 8,9% de personas (34) seleccionaron el Parque de las Flores y el restante de 2,1% de personas (8) consideraron que el Parque del Sueño es el lugar más icónico de la ciudad de Ambato.

Interpretación

Mediante esta pregunta se puede obtener resultados de la perspectiva de la población encuestada con respecto al que consideran el lugar más icónico de la ciudad, estos sitios

planteados en la encuesta son en base a investigaciones y entrevistas previamente realizadas con especialistas en el tema.

Como resultado se pudo obtener que la Catedral de Ambato y la Casa del Portal son considerados como los lugares más representativos de la ciudad con una gran cantidad de porcentaje por encima de las otras opciones.

Pregunta No.5 ¿Qué destinos le atraen más para explorar en Ambato?

Tabla 9.
Tipos de destinos

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Naturales	108	28,3%
Comerciales	49	12,8%
Recreativos	37	9,7%
Culturales e Históricos	188	49,2%
Total	382	100%

¿Qué destinos le atraen más para explorar en Ambato?
382 respuestas

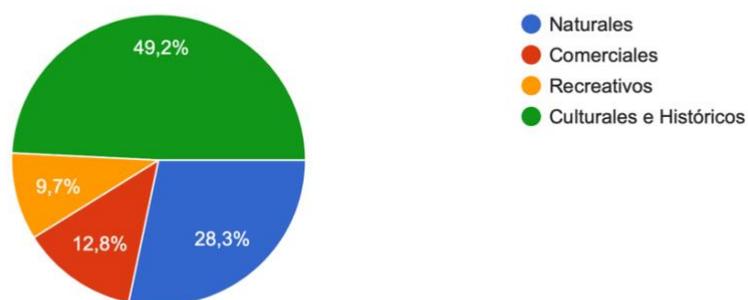


Gráfico 11. Pregunta 5

Análisis

Del total del 382 personas encuestadas se obtiene que 108 personas (28,3%) prefiere destinos turísticos naturales, 49 personas (12,8%) elige un destino comercial, mientras

que 37 personas (9,7%) escogió la opción de un destino recreativo y finalmente 188 personas (49,2%) prefirieron un destino cultural e histórico para explorar.

Interpretación

Al conocer el tipo de destino que les atrae más a la población se puede relacionar con el tipo de actividades que preferirían realizar y que buscan en la ciudad, pudiendo así brindar mayor énfasis en los sitios que ofrecen estas actividades y que llamarían más la atención. Por esta parte los encuestados tienen mayor preferencia por conocer destinos culturales e históricos, seguidos por destinos naturales.

Pregunta No.6 ¿Con qué frecuencia visita los lugares turísticos de la ciudad?

Tabla 10.
Frecuencia de visitas

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Una vez a la semana	48	12,6%
Una vez al mes	58	15,2%
Una vez a los tres meses	71	18,6%
En feriados	205	53,7%
Total	382	100%

¿Con qué frecuencia visita los lugares turísticos de la ciudad?
382 respuestas

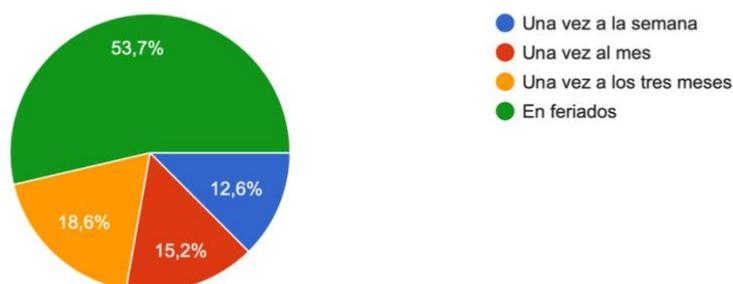


Gráfico 12. Pregunta 6

Análisis

Del total de personas encuestadas se obtiene que el 12,6% de personas (48) visitan estos sitios una vez a la semana, mientras que el 15,2% de personas (58) optan por ir una vez al mes a los lugares turísticos, el 18,6% de personas (71) los visitan una vez a los tres meses y finalmente el 53,7% de personas (382) prefieren visitar estos lugares únicamente en feriados.

Interpretación

Se puede interpretar que tanta acogida hay por la propia ciudadanía, su interés y conocimiento sobre estos lugares, en este caso la mayor parte de encuestados únicamente visita los sitios turísticos en feriados.

Pregunta No.7 ¿Con qué color relacionas la ciudad de Ambato?

Tabla 11.
Color representativo de Ambato

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Verde	241	63,1%
Rojo	92	24,1%
Azul	21	5,5%
Amarillo	28	7,3%
Total	382	100%

Con que color relaciona la ciudad de Ambato
382 respuestas

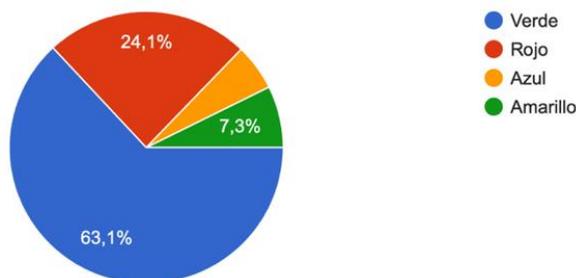


Gráfico 13. Pregunta 7

Análisis

El 63,1% de personas encuestadas (241) prefirieron el color verde como el color que relacionan con la ciudad de Ambato, el 24,1% de encuestados (92) escogieron el color rojo, mientras que el 5,5% de encuestados (21) optaron por el color azul y finalmente el 7,3% de personas (28) escogieron el color amarillo como el relacionado a la ciudad.

Interpretación

El color con el que más relacionan las personas a la ciudad de Ambato es el verde, mientras le sigue el color rojo, esta pregunta aporta a conocer el tipo de colores y tonos que se debería manejar dentro de la propuesta de diseño.

Pregunta No.8 ¿Cuál es la relevancia de la difusión de información de lugares turísticos de la ciudad de Ambato?

Tabla 12.
Publicidad en el turismo

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	278	72,8%
Importante	86	22,5%
Poco importante	18	4,7%
Total	382	100%

¿Cuál es la relevancia de la publicidad en la promoción del turismo en la ciudad de Ambato?
382 respuestas

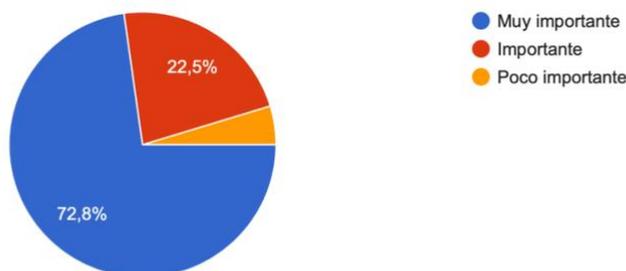


Gráfico 14. Pregunta 8

Análisis

Del total de 382 personas encuestadas se obtiene que 278 personas es decir el 72,8% de ellos, considera relevante la publicidad como medio de promoción de turismo, 86 personas es decir el 22,5% lo considera importante y 18 personas (4,7%) escogió que la publicidad es poco importante en este punto.

Interpretación

La mayoría de personas encuestadas consideran que es muy importante la publicidad para dar a conocer el turismo de la ciudad de Ambato, lo que ayuda a entender que los ciudadanos consideran a la publicidad como un punto relevante dentro de este aspecto.

Pregunta No.9 ¿Conoces lugares donde se brinde información sobre turismo en Ambato?

Tabla 13.
Información de turismo en Ambato

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	302	79,1%
No	80	20,9%
Total	382	100%

¿Conoces lugares donde se brinde información sobre turismo en Ambato?
382 respuestas

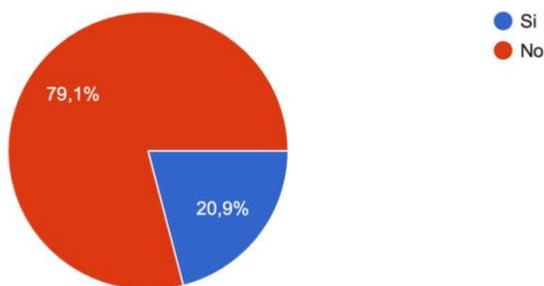


Gráfico 15. Pregunta 9

Análisis

Del total de personas encuestadas acerca de lugares que brinden información sobre turismo en Ambato se obtiene que el 79,1% de encuestados (302) no conocer un lugar donde se proporcione esta información, mientras que el 20,% de encuestados (80) si conoce sitios donde la puede obtener.

Interpretación

Se entiende que la mayor parte de encuestados no conocen sobre lugares donde se brinde información de turismo dentro de la ciudad, lo cual complementa la problemática previamente planteada.

Pregunta No.10 ¿Te gustaría que se ofreciera productos gráficos que brinden información sobre los lugares emblemáticos de la ciudad?

Tabla 14.

Interés por información sobre lugares emblemáticos de la ciudad

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	371	97,1%
No	11	2,9%
Total	382	100%

¿Te gustaría que se ofreciera productos gráficos que brinden información sobre los lugares emblemáticos de la ciudad?

382 respuestas

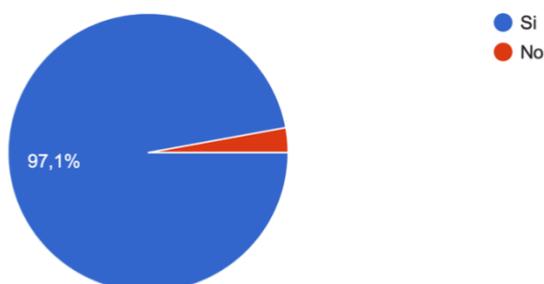


Gráfico 16. Pregunta 10

Análisis

El 97,1% de personas (371) tiene interés por recibir productos gráficos que le brinde información de lugares emblemáticos de la ciudad, mientras que únicamente el 2,9% de encuestados (11) no comparte el mismo interés.

Interpretación

Como interpretación se establece que casi en su totalidad de encuestados les gustaría recibir productos gráficos con información sobre lugares emblemáticos de la ciudad y son solamente el 2,9% de personas que no comparten este mismo interés, en base a este resultado se aporta a lo planteado previamente en la investigación, donde se conoce que el público objetivo tiene interés por informarse sobre estos sitios pero que no sabe donde puede conseguir la información debido a su poca existencia.

Pregunta No.11 ¿De qué manera preferirías recibir estos productos gráficos?

Tabla 15.
Medios para recibir información

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Digital	145	38%
Impreso	32	8,4%
Ambos	205	53,7%
Total	382	100%

¿De qué manera preferirías recibir estos productos gráficos?
382 respuestas

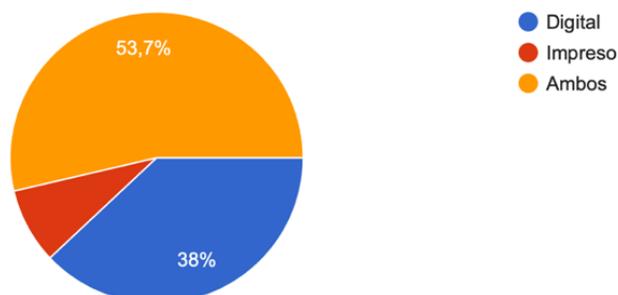


Gráfico 17. Pregunta 11

Análisis

En esta pregunta se analiza que 145 personas es decir el 38% del total prefieren recibir información por un medio digital, mientras que 32 personas (8,4%) escogieron un medio impreso y 205 personas es decir el 53,7% del total.

Interpretación

Después de analizar los datos recogidos en esta pregunta se puede interpretar que la mayor cantidad de encuestados prefieren recibir información tanto por medios impresos como digitales, lo cual aporta a entender que tipo de soporte se debe aplicar para llegar al público objetivo.

Pregunta No.12 ¿Por cuál red social preferirías recibir información sobre lugares turísticos de Ambato?

Tabla 16.
Redes sociales

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Instagram	214	56%
Facebook	67	17,5%
Tik Tok	88	23%
Twitter	13	3,4%
Total	382	100%

¿Por cuál red social preferirías recibir información sobre lugares turísticos de Ambato?
382 respuestas

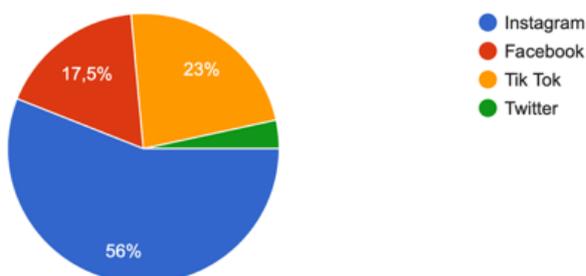


Gráfico 18. Preguntar 12

Análisis

De un total de 382 personas encuestadas se establece que el 56% de personas (214) prefieren recibir información por la red social de Instagram, mientras que el 17,5% de personas (67) prefieren la red social de Facebook, por otro lado el 23% de personas encuestadas (88) escogieron la opción de Tik Tok y por último el 3,4% de personas prefirieron la red social de Twitter.

Interpretación

En base a los datos obtenidos en esta pregunta, se establece que la mejor red social para presentar información es Instagram ya que es la preferida por arriba de la mitad en comparación con las demás redes sociales, esta información facilitará llegar con mayor precisión al público objetivo.

4.6.2 Fichas de información

Se plantea fichas con información sobre los principales lugares icónicos de la ciudad como una herramienta de estudio, con la finalidad de recaudar los datos más importantes e información clave sobre cada uno de ellos implementando puntos como la ubicación, actividades, descripción y una fotografía que brinda referencia de los lugares.

Puntos Icónicos de la ciudad de Ambato

Catedral de Ambato / El Portal

Parque Montalvo / Casa de Juan Montalvo

Parque 12 de Noviembre

Parque Cevallos

Quinta de Juan León Mera

Quinta de Juan Montalvo

Tabla 17.
Ficha sobre Catedral de Ambato / El Portal

	<p>Nombre:</p> <p>Catedral de Ambato / Casa del Portal</p>
	<p>Ubicación:</p> <p>Calle Sucre y Montalvo</p>
<p>Descripción:</p> <p>El nombre completo es “Basilica Catedral de Nuestra Señora de la Elevación” se inauguro el 12 de diciembre de 1954 tras el terremoto por lo que representa el renacer ambateño. Como parte de sus vitrales se representan a los apóstoles, mientras que la cúpula simula el cielo con nubes blancas.</p> <p>La Casa del Portal es una construcción de piedra terminada en 1900 y declarada Patrimonio Cultural, forma parte de una exposición de arte, donde cuenta con 5 salas arqueológicas y 2 salas de exposición de pinturas entre ellas obras de Luis Alfredo Martínez.</p>	
<p>Actividades:</p> <p>Espacio de recreación, cultura e historia, fotografía, observación de piezas artísticas.</p>	

Tabla 18.

Ficha sobre Parque Montalvo / Casa de Juan Montalvo

	<p>Nombre:</p> <p>Parque Montalvo / Casa de Montalvo</p>
	<p>Ubicación:</p> <p>Calle Bolívar y Montalvo</p>
<p>Descripción:</p> <p>El parque Montalvo se edificó a partir de 1905 donde antes era la Plaza Mayor de la ciudad, cuenta con flora ornamental como pinos, araucaria y palma de jardín, además posee piletas que representan una mujer con una bandeja en su cabeza, en su centro tiene la estatua de Juan Montalvo el “Cervantes de América”, en su parte baja se encuentra el genio de Montalvo.</p> <p>Juan María Montalvo Fiallos fue un ensayista y novelista ecuatoriano que defendía los valores del libre pensamiento y derecho a la libertad de conciencia, fue el fundador del periodismo ecuatoriano y escribió obras como: El Cosmopolita, Los capítulos que se le olvidaron a Cervantes y Los siete Tratados. Su celebre frase es “Mi pluma lo mató” después de afirmar que bajo la influencia de sus escritos varios jóvenes se rebelaron atentando contra la vida de García Moreno (dictador que gobernó Ecuador en 1861 a 1875).</p> <p>El lugar donde Juan Montalvo vivió actualmente es considerado Patrimonio Cultural de la Nación, este fue edificado en 1932 y posee el Mausoleo donde está el cuerpo embalsamado de Montalvo, este tiene un estilo asemejado a un altar griego.</p>	

Tabla 19.

Ficha sobre Parque Cevallos

	Nombre: Parque Cevallos
	Ubicación: Calle Sucre, Joaquín Lalama, Luis A. Martínez y Pedro Fermín Cevallos.
Descripción: Antiguamente este parque era llamando “plaza 10 de agosto” donde se comercializaban legumbres, granos, hojalatería, en la actualidad se lo conoce con el nombre de parque Cevallos que se da en honor de Pedro Fermín Cevallos conocido como el “primer historiador de la república” que aparte fue ilustre abogado y ministro de la Corte Suprema de Quito, de quien se encuentra un monumento en el centro del parque y que a sus alrededores resalta la diferente flora como los cipreses, palmeras y magnolias. Dentro del parque Cevallos en 1574 se constituyó la primera Matriz indígena y en 1940 se constituyó como parque, en sus alrededores tiene dos edificaciones importantes el Colegio Bolívar y La providencia.	
Actividades: Espacio de recreación, fotografías, actividades al aire libre, caminata, museo del Instituto Técnico Superior Bolívar.	

Tabla 20.
Ficha sobre Parque 12 de noviembre

	<p>Nombre:</p> <p>Parque 12 de Noviembre</p>
<p>Descripción:</p> <p>El nombre de este parque se da por la fecha de emancipación libertaria de Ambato en 1820, por lo cual es un símbolo de patriotismo, fue construido sobre la antigua plaza comercial y estación del tren, en algún momento también fue el antiguo terminal terrestre, en su centro tiene un monumento emblemático formado por un faro, a sus alrededores existen 12 muros con los nombres de los próceres de la libertad, en una de las entradas se encuentran dos cadenas rotas que representan la libertad del pueblo.</p> <p>En 2004 se registra como bien inmueble patrimonial de la nación.</p> <p>Cerca a este se encuentra el mercado de las flores que existe hace más de 25 años donde se puede encontrar una variedad de flores.</p>	<p>Ubicación:</p> <p>Av. 12 de Noviembre</p>
<p>Actividades:</p> <p>Espacio de recreación, fotografías, caminata, comercio de flores en zonas cercanas.</p>	

Tabla 21.

Ficha sobre Quinta de Juan León Mera

	<p>Nombre:</p> <p>Quinta de Juan León Mera</p> <p>Ubicación:</p> <p>Av. Rodrigo Pachano – Sector Atocha</p>
<p>Descripción:</p> <p>En esta quinta vivió Juan León Mera que fue pintor, escritor, político y el autor del Himno Nacional del Ecuador quien se caracteriza por ser autodidacta y poliglota (sabía leer y escribir latín, italiano, francés, español y quichua)</p> <p>Esta quinta fue inaugurada en 1849 y declarada Patrimonio Histórico Nacional en el 2011, cuenta con diversos jardines con 500 especies de plantas que muchas de ellas tienen entre los 50 a 200 años de vida, además tiene especies endémicas como los cactus, zapoteca y viburno, como parte de su flora están los eucaliptos que fueron de los primeros a nivel nacional. Dentro de la fauna se encuentran especie como el colibrí, búho y mariposas, también cuenta con una variedad de escenarios paisajísticos debido a la presencia del río Ambato.</p> <p>Cuenta con dos museos históricos: de Juan León Mera y de la familia Martínez-Holguin, donde vivió Luis A. Martínez escritor de la novela “A la Costa” y refundador de la escuela de Bellas Artes.</p> <p>Finalmente a pocos metros de la Quinta se ubica el centro de la parroquia Atocha, donde se puede encontrar a la Asociación 2 de noviembre que ofrecen gastronomía como la colada morada y empanadas.</p>	

Actividades:

Espacio de recreación, cultura y historia, fotografías, caminata, visita a los museos, actividades al aire libre, observación de flora y fauna, gastronomía

Tabla 22.

Ficha sobre Quinta de Juan Montalvo

	Nombre: Quinta de Juan Montalvo Ubicación: Av. Los Guaytambos – Sector Ficoa – Las Palmas
Descripción: <p>La Quinta de Juan Montalvo era llamada “Ficoa vegetal y telúrica” la cual era conformada por 11 cuadras, cuenta con la casa de campo de la familia del escritor y también con uno de los de los últimos árboles en peligro de extinción “pera del país”.</p> <p>Este lugar fue importante para Montalvo ya que aquí se encuentra un árbol llamado araucaria con más de 180 años, bajo el cual el ilustre estudiaba y pasaba la mayor parte de su tiempo.</p>	
Actividades: <p>Espacio de recreación, cultura y historia, fotografías, caminata, visita a los museos, actividades al aire libre, observación de flora y fauna.</p>	

CAPÍTULO V. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

5.1 Descripción general del proyecto

La información recolectada de la investigación ha permitido identificar que dentro de la ciudad de Ambato es escaso los recursos informativos que permitan a los ciudadanos conocer más sobre la cultura e historia, además se considera que en la información obtenida por parte de las encuestas, las mayor parte de personas consideran que es muy importante recibir información sobre lugares turísticos pero aun así no conocen donde se brinda esta información.

En base a lo planteado previamente, este proyecto integrados establece la propuesta de elaborar material gráfico tanto para medios digitales como impresos que faciliten información gráfica y textual para disminuir la demanda por obtener conocimiento sobre los lugares icónicos de la ciudad. Este material gráfico se lo presentará tanto de manera digital como impresa, en base a la encuesta realizada anteriormente donde se interpreta el interés por obtener esta información en ambos formatos, además para así poder llegar a más público.

De esta manera se plantea la elaboración de material gráfico que cuente con ilustraciones de los diferentes sitios icónicos de la ciudad, además de incluir elementos representativos como gastronomía, flora, fauna, ilustres, y también referentes a las festividades de la ciudad.

5.2 Objetivos

5.2.1 Objetivo general

Informar sobre sitios turísticos estratégicos mediante la elaboración de material ilustrado para facilitar el conocimiento de la historia y cultura de la ciudad de Ambato.

5.2.2 Objetivos específicos:

- Generar reconocimiento de los principales sitios icónicos de la ciudad de Ambato por medio de un identificador visual que represente a estos lugares.

- Incentivar al turismo en público de 20 a 24 años por medio de información colocada en tótems ubicados en puntos estratégicos de la ciudad de Ambato.
- Generar interés sobre la cultura e historia de los sitios emblemáticos de la ciudad brindada en formatos digitales como redes sociales.

5.3 Concepto

En este proyecto se aplica un concepto con referencia a generar difusión y reconocimiento de los lugares icónicos de la ciudad, por lo que se maneja el nombre de “AMBATO DESTINO CULTURAL”, el cual se escogió con la finalidad de presentar a Ambato no solo como un referente turístico sino también haciendo referencia a una ciudad con antecedentes históricos y patrimonio cultural.

Además al manejar este concepto se busca fomentar la promoción, llevando la imagen de Ambato a un público más amplio, tanto a nivel de la ciudad como provincial, facilitando que el público objetivo se relacione con la identidad de la ciudad.

La difusión de Ambato como "AMBATO DESTINO CULTURAL" mediante ilustraciones, se enfoca no solo en atraer a público interesados en el turismo convencional, sino también interesados en destinos históricos, enriquecedores de conocimiento y cultura. Las ilustraciones, al ser visualmente atractivas y evocadoras, comunican la diversidad cultural, con el fin de que la ciudad no sea reconocida por sus antecedentes básicos, sino más bien por hechos históricos y datos sobre su patrimonio cultural.

De la misma forma para presentar este concepto se aplicará tótems publicitarios con ilustraciones e información, además de folletos y post para redes sociales que dará al público información destacada de cada lugar.

5.3.1 Tono y estilo

Como parte de estrategia de comunicación de este proyecto se trabaja con un tono informativo-educativo, cercano-informal, los cuales son reconocidos por su capacidad de transmitir mensajes claros y concisos mientras empatizan con la audiencia, además de que crean un acercamiento a la marca y facilitan la comprensión.

El tono informativo-educativo se ajusta a los objetivos del proyecto, ya que busca brindar conocimiento sobre los atractivos turísticos y la riqueza cultural de la ciudad. Al ofrecer información relevante y precisa, se busca incentivar a los turistas a explorar y descubrir lo que Ambato tiene para ofrecer. Asimismo, este tono educativo permite destacar la importancia histórica y patrimonial de la ciudad, creando un sentido de a los y aprecio en la población.

Por otro lado, la elección del tono cercano-informal se basa en establecer una conexión más personal y afectiva con la audiencia. Al adoptar un lenguaje amigable y accesible, la propuesta se presenta como un aliado que guía al público objetivo en su experiencia al conocer los puntos icónicos.

En cuanto al estilo, se han seleccionado dos enfoques complementarios. Por un lado, se ha optado un estilo moderno y estético que se refleja en el manejo de toda la propuesta. Este estilo busca proyectar una imagen actualizada y atractiva de los lugares emblemáticos de Ambato.

5.3.2 Descripción Técnica del producto

Se ha implementado un sistema de comunicación basado en diversas estrategias para promover los aspectos culturales e históricos de la ciudad, dirigido al público objetivo. También se ha dado especial importancia a seleccionar formatos y soportes que garanticen una amplia difusión y atraigan la atención de la audiencia.

El resultado final del proyecto son ilustraciones con estilo flat line que se aplicarán en tótems publicitarios ubicados estratégicamente en diferentes puntos de la Zona 1 de la ciudad, es decir el casco central y avenidas que comprende a las parroquias urbanas de La Matriz, San Francisco, La Merced y todas las avenidas de la ciudad. Estas ilustraciones permitirán al público identificar fácilmente los lugares y mejorarán la difusión cultural. Además, estas ilustraciones se presentarán también en forma de folletos, complementando la experiencia al recorrer los sitios icónicos de la ciudad.

Asimismo, tanto las ilustraciones como la información se compartirán en formatos digitales, aprovechando las redes sociales como Instagram y Facebook. Esta estrategia se

adapta a la preferencia del público objetivo por obtener información a través de medios digitales.

Beneficiarios: Jóvenes de 20 a 24 años de la ciudad de Ambato

Cliente: Dirección de Cultura y Turismo

Alcance: Ciudad de Ambato

5.3.3 Etapas

Tabla 23.

Etapas

	Actividad	Construcción de identidad visual.
Primera etapa	Propósito	Brindar una marca que comunique y ayude a identificar los lugares icónicos de la ciudad y así el público objetivo pueda relacionarlos.
	Actividad	Elaboración de ilustraciones con diferentes elementos de cada lugar icónico.
Segunda etapa	Propósito	Crear un medio de representación de los lugares icónicos de la ciudad, que facilite su reconocimiento y a la vez aporte a una comunicación visual.
	Actividad	Implementar información relevante de cada sitio icónico y diseñar piezas gráficas
Tercera etapa	Propósito	Por medio de incluir tanto ilustraciones como texto, facilitará la comunicación visual y textual lo que ayudará a la comprensión de la información en los artes gráficos.

Cuarta etapa	Actividad	Aplicar piezas gráficas en medios tradicionales y redes sociales
	Propósito	Compartir los artes gráficos en diferentes medios como páginas de la Dirección de Cultura y Turismo con el fin de llegar al público objetivo.

5.3.4 Fechas de publicación para post en redes sociales

Las publicaciones en redes sociales se realizarán en el transcurso del mes de noviembre debido a que en este mes se presenta la más amplia programación cultural y artística denominada el “Sol de Noviembre”, que rinde homenaje al 12 de noviembre de 1820.

Durante este mes existe más interacción de la población tanto con los programas culturales de la ciudad, su visita a lugares turísticos y a su vez con las redes sociales relacionadas a lo mismo.

Tabla 24.
Cronopost en redes sociales

Post	Red Social	Páginas	Fecha
Primer Post	Facebook	Visitamboec	Viernes 10 de noviembre
		ViveTungurahuaOficial	Sábado 11 de noviembre
		culturaambato	Domingo 12 de noviembre
	Instagram	vive.tungurahua	Sábado 11 de noviembre
culturayturismo_ambato		Domingo 12 de noviembre	

Segundo Post	Facebook	Visitambatoec	Viernes 17 de noviembre
		ViveTungurahuaOficial	Sábado 18 de noviembre
		culturaambato	Domingo 19 de noviembre
	Instagram	vive.tungurahua	Sábado 18 de noviembre
		culturayturismo_ambato	Domingo 19 de noviembre
Tercer Post	Facebook	Visitambatoec	Viernes 24 de noviembre
		ViveTungurahuaOficial	Sábado 25 de noviembre
		culturaambato	Domingo 26 de noviembre
	Instagram	vive.tungurahua	Sábado 25 de noviembre
		culturayturismo_ambato	Domingo 26 de noviembre

5.3.5 Acabados

Para lograr un terminado de calidad en los productos se aplica la técnica de impresión con barnizado para formar un tipo de textura distintiva en los artes gráficos y que sea llamativa. Esta característica no solo aporta un toque artístico y visualmente atractivo, sino que también cumple con el propósito estratégico de captar la atención del público de manera efectiva.

Este tipo de acabado de impresión con barnizado se aplicará en todas las ilustraciones dentro del folleto lo que logrará resaltar los detalles importantes de los diseños, creando una sensación táctil que estimula la curiosidad y el interés de quienes interactúan con los productos.

Por otra parte, las ilustraciones también serán aplicadas en tótems publicitarios debido a que son llamativos, versátiles y asequibles, además que es una forma fácil de mostrar información en zonas exteriores ya que soportan diferentes condiciones climáticas.

5.3.6 Composición

La composición de todos los artes gráficos se establece con el manejo de una misma línea gráfica tanto en las ilustraciones, como su empleo en los medios impresos y digitales, considerando que se emplea una estructura para el folleto y los posts de redes sociales.

Arquitectura y muestra final de los artes

Folleto.

El folleto tiene un formato A5 con medidas de 21cm x 14,8cm, estableciendo el siguiente contenido:

- Información general sobre la ciudad de Ambato.
- Presentación de La Catedral, Mausoleo de Juan Montalvo y El Portal por medio de una composición ilustrada.
- Presentación de La Quinta de Juan Montalvo y la Quinta La Liria en una composición ilustrada.

- Presentación del Parque Cevallos y Parque 12 de Noviembre en una composición ilustrada.
- Información adicional en cada página sobre los diferentes lugares icónicos de la ciudad.

La finalidad del folleto es difundir la información de los diferentes lugares icónicos de la ciudad no solo por un medio digital, sino también por un medio impreso donde se tiene la facilidad de poder adquirir este folleto y a su vez la fácil movilidad.

Para la retícula del folleto se forma a partir de una unión de dos hojas, para realizar una sola composición y la información facilite la lectura.

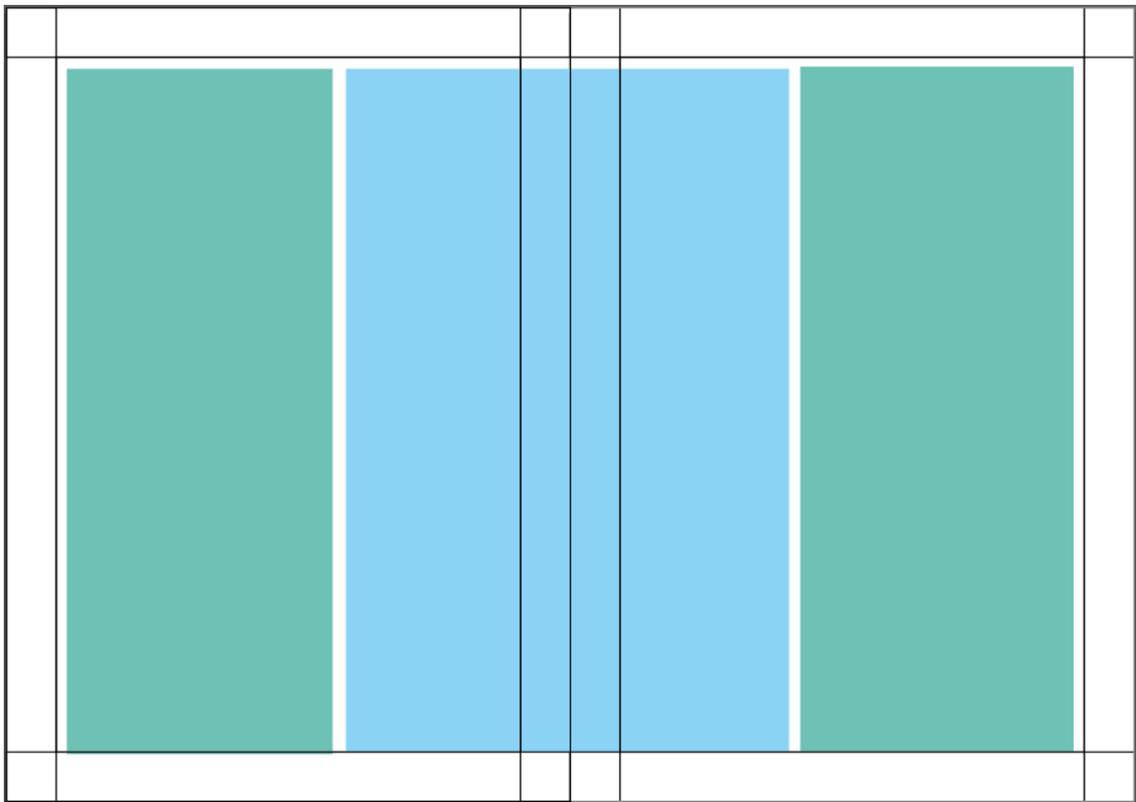


Imagen 20. Arquitectura del folleto

Post para redes sociales

Facebook

Los posts de Facebook se publicarán en tres páginas:

- Visita Ambato

- Vive Tungurahua
- Cultura y Turismo Ambato

Donde se maneja post informativos sobre actividades y lugares que ofrece Ambato y Tungurahua en general, se escogieron estas páginas considerando que tienen un público establecido donde también forman parte el público objetivo del presente proyecto, además de que en las encuestas realizadas se obtuvo como resultado que un 17,5% prefería la red social Facebook para obtener este tipo de información. Como parte del formato, se utilizará publicaciones verticales (4:5) 1080px x 1350px.

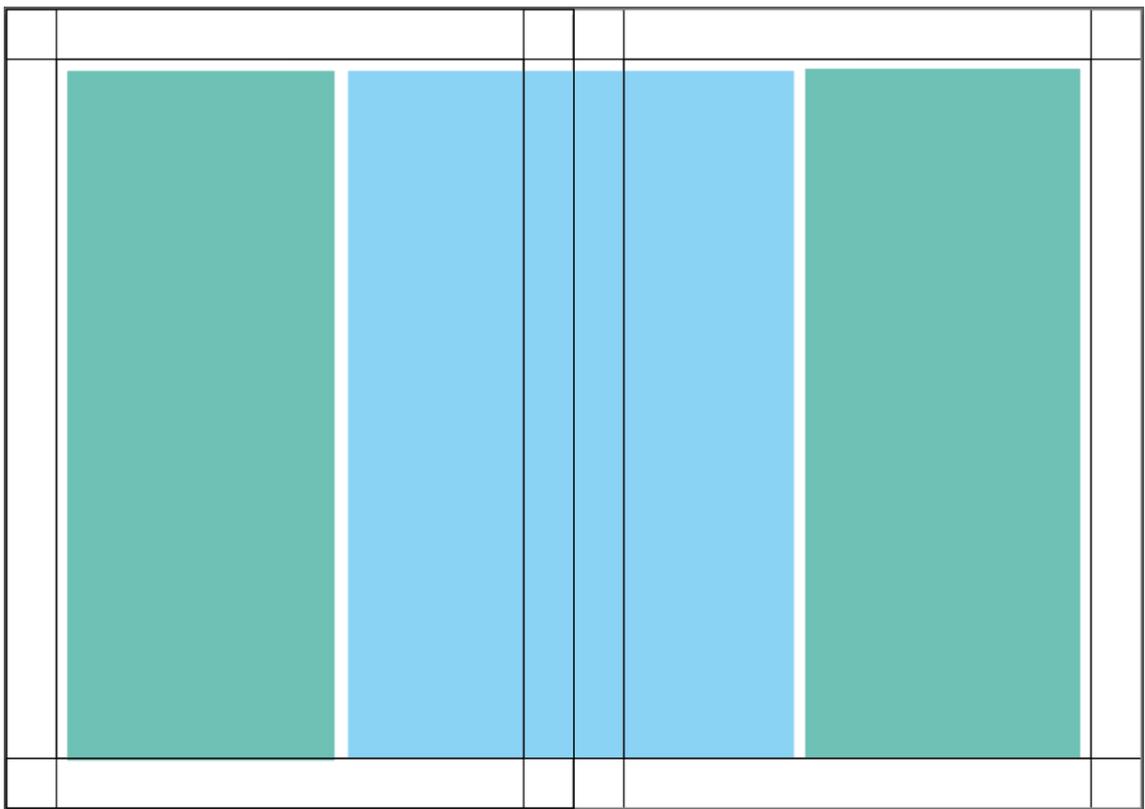


Imagen 21. Arquitectura del Post



Imagen 22. Arte final

Instagram

Los posts de Instagram se publicarán en la cuenta de [vive.tungurahua](#) y en [culturayturismo_ambato](#), las cuales esta vinculada con una de las cuentas de Facebook, además de ser las cuentas oficiales de la Dirección de Cultura y Turismo de Ambato.

De igual forma en estas páginas se publica información sobre destinos y actividades que ofrece Tungurahua y específicamente Ambato. En este caso la red social de Instagram fue la que contó con más votos donde el público quisiera recibir información turística. Dentro del formato se aplica publicaciones verticales (4:5) 1080px x 1350px.

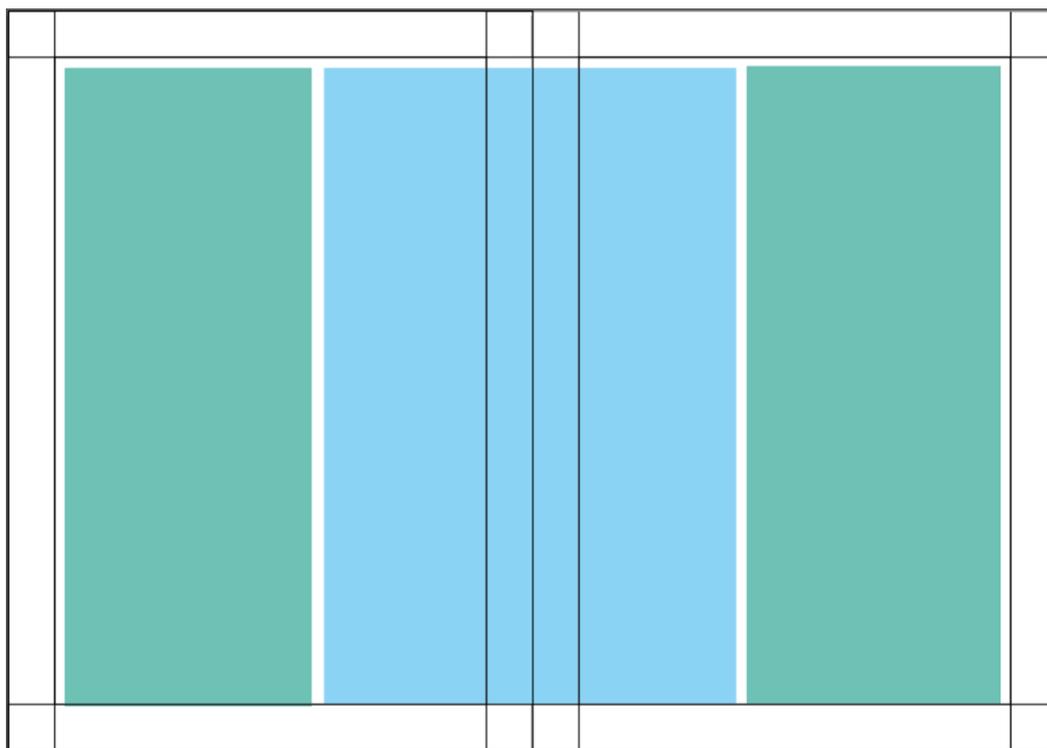


Imagen 23. Arquitectura del Post



Imagen 24. Arte final

5.3.7 Funcionalidad

Como parte de la funcionalidad del proyecto, se establece que este no solo se fundamenta en presentar material gráfico a la ciudadanía mediante la implementación de la ilustración, sino que tiene como objetivo principal la difusión de información y el fomento del interés entre el público joven, específicamente dirigido a aquellos de edades comprendidas entre los 20 y 24 años.

Además, busca de manera activa contribuir al desarrollo del turismo y promover el reconocimiento tanto del patrimonio cultural como histórico de Ambato. De este modo, se establece una significativa relación de identidad entre los ciudadanos y la ciudad de Ambato.

Mediante el enfoque en la promoción turística y el reconocimiento del patrimonio local, el proyecto busca impulsar el crecimiento de conocimiento y la valoración de Ambato como un destino atractivo para los visitantes. Al generar conciencia sobre la importancia de preservar y apreciar la herencia cultural, se fomenta el sentido de pertenencia y el orgullo entre los habitantes de la ciudad.

5.3.8 Expresión creativa

La expresión creativa se basa en ilustraciones coloridas, que contienen perspectiva de profundidad e implementadas de manera más libre en una composición por lo cual llaman la atención, además de la información incrementada en sus alrededores dando a comprender los elementos utilizados.

5.3.9 Valor agregado

El proyecto busca brindar un valor agregado a través de un producto atractivo y de fácil acceso para el público. Para lograr esto, se planea colocar los productos impresos en mupis en puntos estratégicos dentro del centro de la ciudad. Esta estrategia permitirá aumentar la disponibilidad de la información y facilitar el acceso a la misma para los ciudadanos y visitantes.

Además de los mupis, se entregarán folletos con acabados de impresión barnizada, lo que resaltará los detalles importantes de los diseños y generará una sensación táctil que

atraerá aún más la atención del público. Estos folletos serán piezas físicas que complementarán la experiencia al recorrer los lugares icónicos de la ciudad, ofreciendo información cultural e histórica de manera atractiva y tangible.

Adicionalmente la información y las ilustraciones se compartirán en plataformas como Instagram y Facebook, atendiendo a la preferencia del público objetivo por obtener información por medios digitales. Esta presencia en redes sociales permitirá llegar a una audiencia más amplia y diversa, logrando una difusión efectiva de los aspectos culturales e históricos de Ambato.

5.3.10 Materiales e Insumos

Tabla 25.
Recursos materiales

Recursos materiales	Detalle
Institucionales	Universidad Técnica de Ambato
	Dirección de Cultura y Turismo
Humanos	Tutor
	Revisores
	Profesional de turismo
	Servidor Público de Turismo y Cultura
	Diseñador gráfico
Tecnológicos	Laptop
	Internet
	Cámara Digital
	Impresora
	Software de diseño:

	- Adobe Illustrator
	- Adobe Photoshop
	- InDesign

Material de oficina	Esferos
	Lápiz
	Borrador
	Papel INEN

5.3.11 Formatos

Tabla 26.
Formatos para redes sociales

Redes Sociales	Formato	Medida
Instagram	Publicaciones	(4:5)
	verticales	1080 x 1350 px
Facebook	Publicaciones	(4:5)
	verticales	1080 x 1350 px

Tabla 27.
Formatos para medios impresos

Productos	Medidas
Folleto	(A5) 14,8 x 21 cm
Mupis	(Vertical) 1,20 x 2,40 m

5.3.12 Presupuesto

Tabla 28.
Presupuesto

Producto/Servicio	Valor Unitario	Cantidad	Valor Total
Creación de marca	100 \$	1	100 \$
Mupis	300 \$	6	1800 \$
Folleto	10 \$	500	5000 \$
Ilustraciones	100 \$	7	700 \$
Post para Facebook	10 \$	10	100 \$
Post para Instagram	10 \$	10	100 \$
Internet	35 \$	1	35 \$
Transporte	20 \$	1	20 \$
	Total		7855

5.4 Construcción de prototipo

5.4.1 Identidad visual

El la parte de identidad visual se toma como referencia un animal representativo de la ciudad siendo el caso del colibrí para generar un fácil reconocimiento y cercanía con la marca, además se aplica el nombre de “AMBATO DESTINO CULTURAL”, como complemento de la identidad que se quiere transmitir.



Imagen 25. Identificador visual de la campaña.

5.4.2 Manual de identidad visual

Mediante el manual de identidad de la marca se establece los parámetros de uso y herramientas guías que facilitan la correcta aplicación y uso gráfico de la marca

5.4.3 Naming

El naming que se aplica en el proyecto es “AMBATO DESTINO CULTURAL”, tiene la finalidad de vincular a la ciudad como un destino turístico donde también se puede encontrar patrimonio cultural e histórico.

5.4.4 Composición de la identidad visual

En base al identificador visual se utiliza la composición entre el ícono de ubicación y las alas junto al pico de un colibrí, en el caso del ícono se aplica una pequeña deformación y rotación que al unirle permite la construcción gráfica de un colibrí al que se le aplica una variación de colores de un rojo carmín.



Imagen 26. Composición

5.4.5 Construcción de la identidad visual

La construcción general de la identidad visual se genera de una manera estética con la unión de varios círculos acompañado del naming del proyecto.

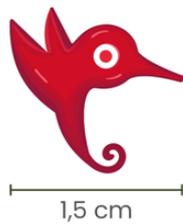


Imagen 27. Construcción gráfica

5.4.6 Tamaños mínimos

El tamaño mínimo facilita el manejo de la marca, su aplicación y legibilidad en medios digitales e impresos.

Medios impresos



Medios digitales



Imagen 28. Tamaños mínimos

5.4.7 Variaciones de marca

El imagotipo es el identificador de la marca de uso común en todas las aplicaciones y por la cual será reconocida, en este caso se aplican tres variaciones.



Imagen 29. Variaciones de marca

5.4.8 Colores de marca

Los dos colores de marca son tomados de la bandera de Ambato, que esta formada por dos franjas de color rojo y una en el centro de color verde. Cada uno de estos colores representan características importantes de la ciudad:

Verde: Campo, vegetación y felicidad.

Rojo: Rebeldía de los locales.

Además, se toma en consideración los resultados de las encuestas, donde la mayor parte de público encuestado relaciona a la ciudad con el color verde en primer lugar y el color rojo en segundo lugar.



Imagen 30. Colores de marca

5.4.9 Aplicación de color

En base a los colores de marca se aplican dando una combinación entre los dos colores generando un contraste y demostrando su manera de uso.



Imagen 31. Aplicación de color

5.4.10 Tipografías utilizadas

Tipografía primaria

En la tipografía primaria se utiliza Open Sans, la cual pertenece a la familia Sans-Serif, se utiliza esta tipografía ya que tiene un estilo versátil, neutral, legible y amigable que facilita su adaptación a diferentes tamaños.

Open Sans

Bold	Extra Bold
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh 113j KK LI Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu VV Ww Xx Yy Zz 1234567890	Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh 113j KK LI Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu VV Ww Xx Yy Zz 1234567890



Imagen 32. Tipografía primaria

Tipografía secundaria

En la tipografía secundaria se utiliza Poppins, la cual pertenece a la familia Sans-Serif con estilo geométrico y minimalista lo cual facilita su legibilidad tanto para textos corridos, como para titulares, además de que es atractiva y contemporánea.

Poppins

Regular	Medium
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1234567890	Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1234567890

Semi Bold	Bold
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1234567890	Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1234567890



Imagen 33. Tipografía secundaria

5.4.11 Usos correctos

Por parte del uso permitido se implementa como base y guía de aplicación, de tal manera que se aplican dos maneras.



Imagen 34. Usos correctos

5.4.12 Usos incorrectos

Para los usos no permitidos se considera la rotación, estiramiento, deformación y el aumento de nuevos elementos que no correspondan a la marca, los usos incorrectos permitirán una mejor comprensión.



Imagen 35. Usos incorrectos

5.5 ilustraciones

Como parte de las ilustraciones se implementan tres principales, agrupando a los lugares icónicos por sector y tipo, siendo así la primera ilustración la que abarca la parte central y principal de la ciudad, este agrupa La Catedral, Parque Montalvo y Mausoleo de Juan Montalvo, la ilustración esta formada por una composición de elementos que se pueden encontrar en el lugar y que a su vez son representativos.

Para el proceso de ilustración se aplicaron paso importantes, empezando por el boetaje en este caso de la primera ilustración que hace referencia a La Catedral, Mausoleo de Juan Montalvo y Parque Montalvo, se extraen elementos importantes como la fachada de los lugares icónicos, para posteriormente formar una composición entre ellos

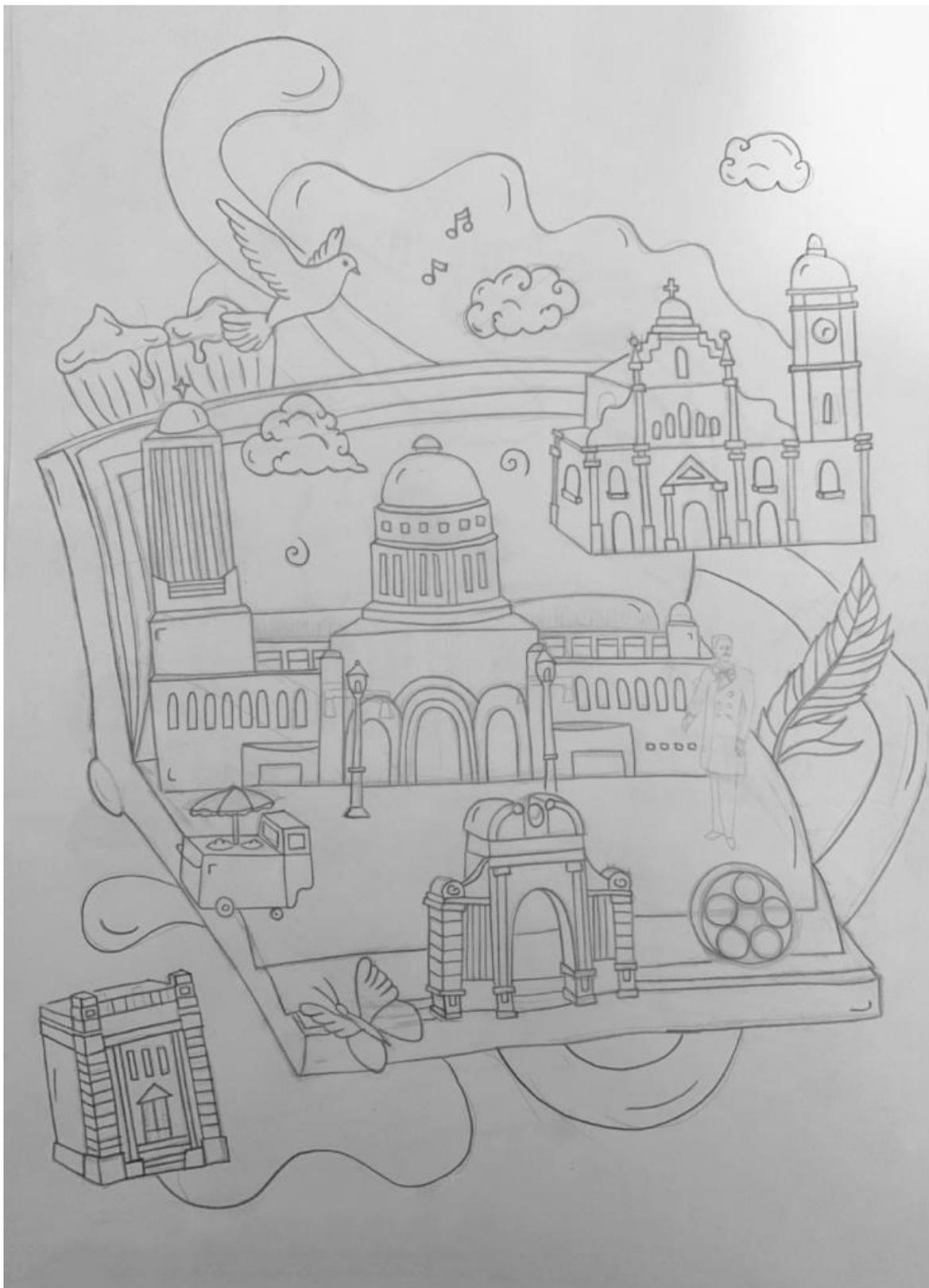


Imagen 36. Boceto a lápiz

Como segundo paso se tiene la digitalización de la ilustración, donde primero se encuentra en ilustración lineal que es la base para empezar a gestionar colores, luces y sombras.

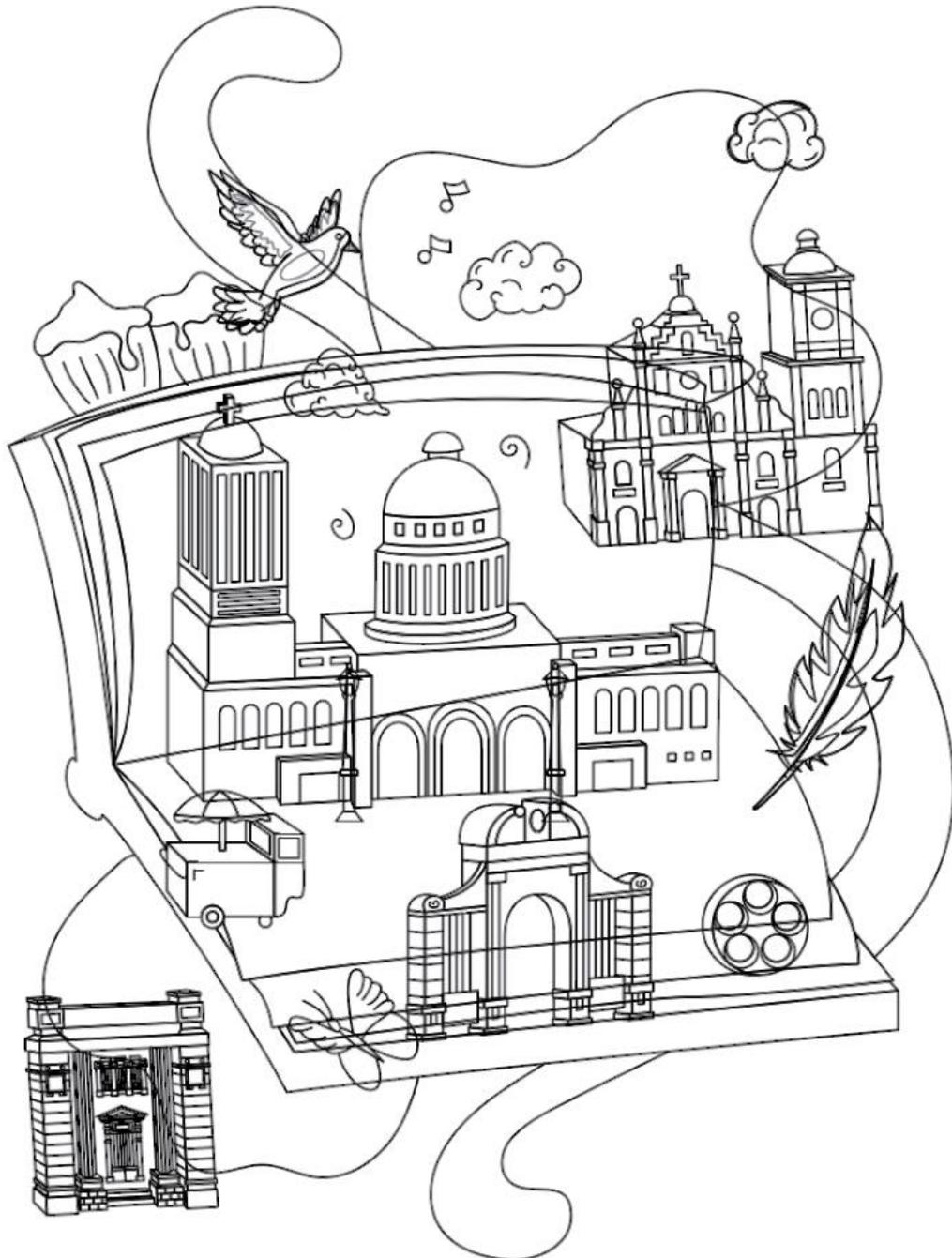


Imagen 37. Boceto lineal

Como parte del tercer paso se aplica una gama de colores llamativos y fuertes, al igual que se complementa con las sobras y luces.



Imagen 38. Boceto base

Finalmente se aplican colores de fondo y detalles de líneas, sombras y luces para complementar la composición.



Imagen 39. Boceto final

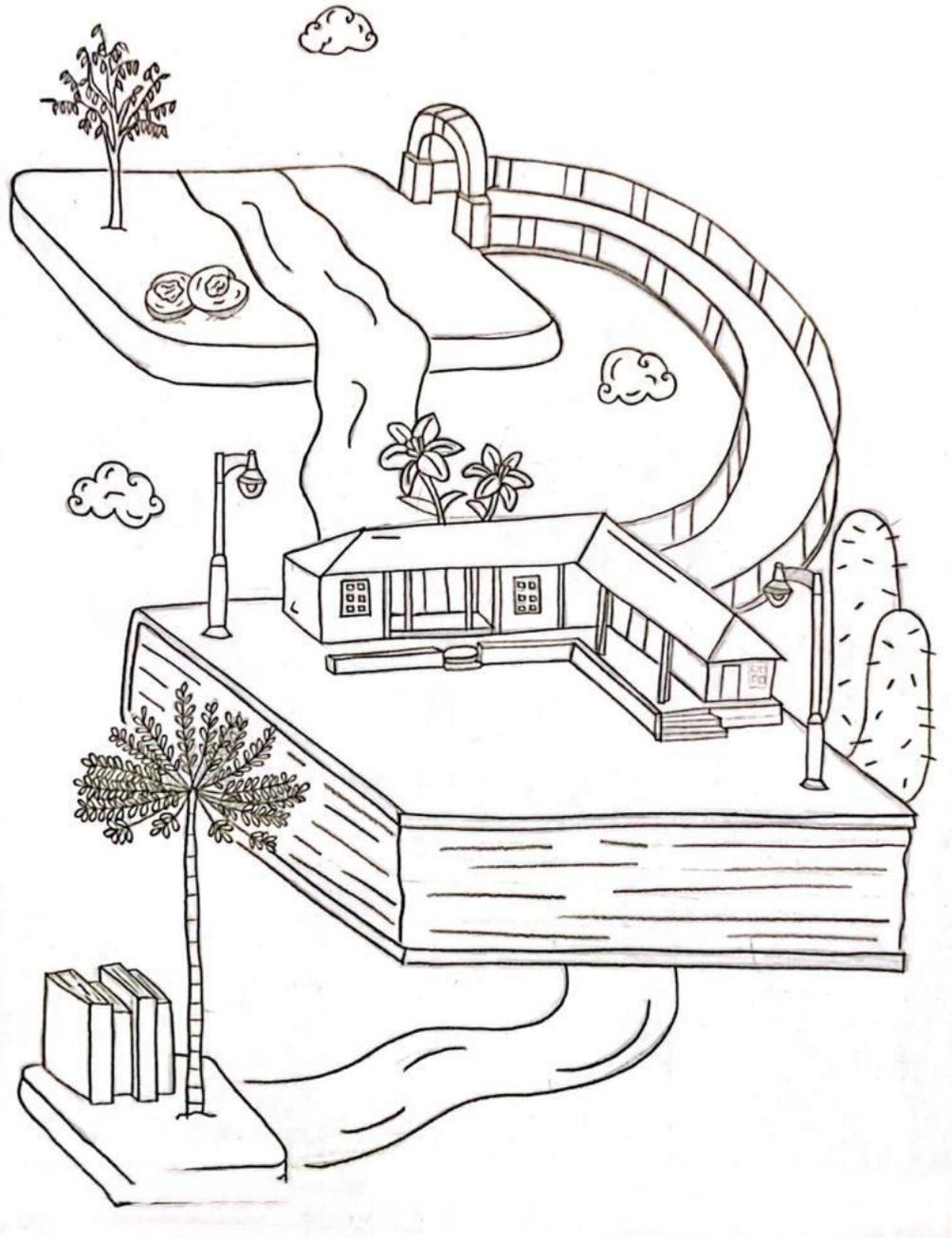


Imagen 40. Segundo boceto lineal



Imagen 41. Segundo boceto final

5.6 Folleto



QUINTA LA LIRIA

Juan León Mera que fue pintor, escritor, político y el autor del Himno Nacional del Ecuador.

Fue autodidacta y poliglota, sabía leer y escribir latín, italiano, francés, español y quichua.

Se destacan los eucaliptos que fueron de los primeros a nivel nacional.

Bajo este árbol llamado **araucario** con más de **180 años**, Juan Montalvo pasaba la mayor parte de su tiempo leyendo o descansando.

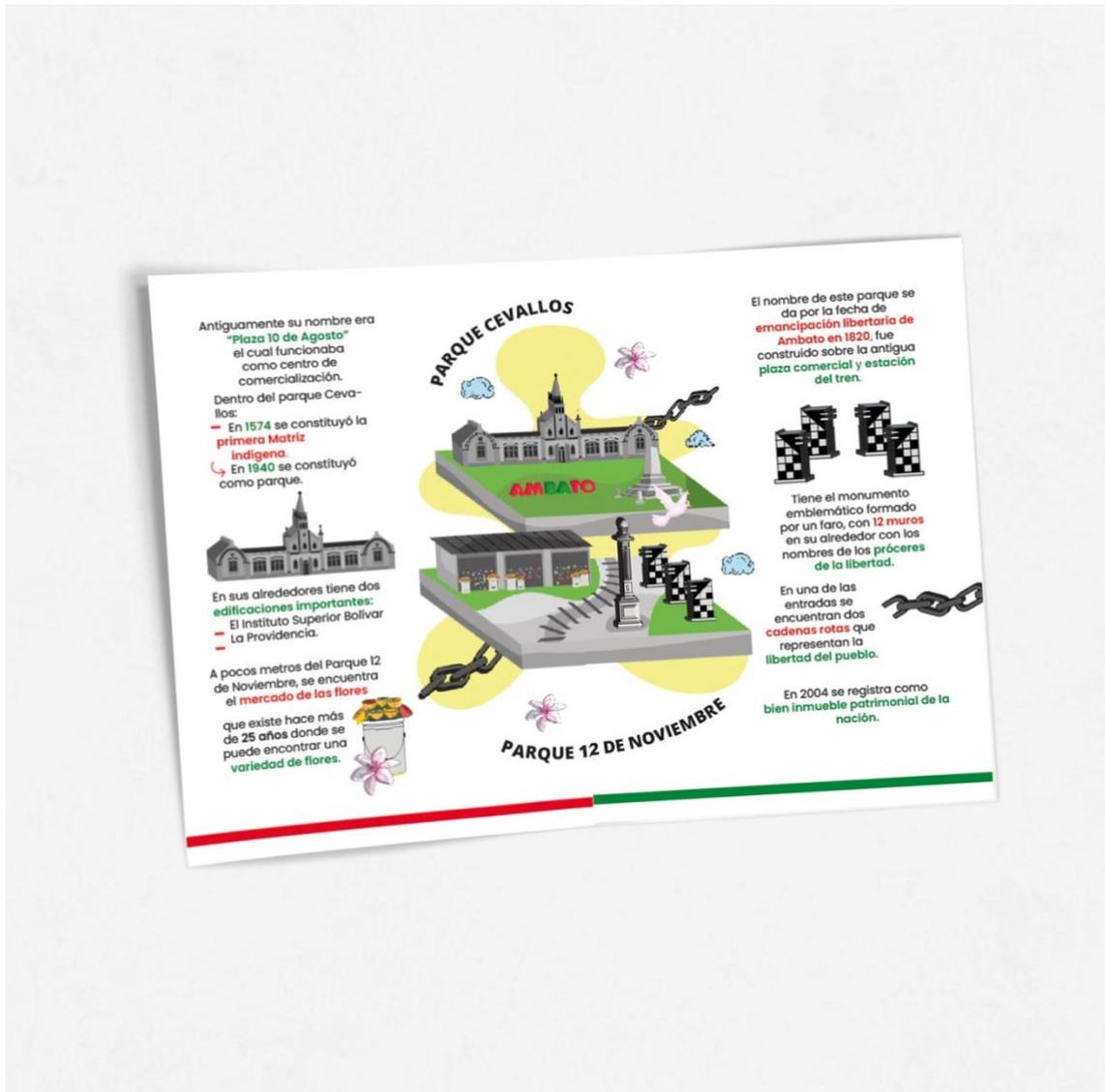
En su fauna hay especie como el **colibrí**, **búho** y **mariposas**, también cuenta escenarios paisajísticos por la presencia del río **Ambato**.

Cuenta con **500 especies de plantas** que muchas de ellas tienen entre los **50 a 200 años**.

Esta quinta fue inaugurada en **1848** y declarada Patrimonio Histórico Nacional en el **2011**.

Tienen una de las tierras **más fértiles**, donde se encuentra fauna como reinacuadras, capulines, abridores, **"guytambo"**, manzanas, eucalipto, entre otros.

QUINTA DE JUAN MONTALVO



5.7 Mupis

Estos se planea colocarlos en puntos céntricos de la ciudad considerando la Zona 1, es decir La Matriz, San Francisco, La Merced y el casco central de la ciudad, se colocarán 6 mupis en total considerando cada lugar icónico de la zona urbana. La medida de estos esta establecido en 1,20 x 2,40 metros.



CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

A través de la investigación e interpretación de datos de las encuestas se concluye que la mayor parte del público objetivo (jóvenes de 20 a 24 años) tienen interés por conocer sobre cultura, historia y turismo de la ciudad de Ambato, pero que no han encontrado lugares ni material que aporte a la difusión de esta información.

Parte del reconocimiento cultural e histórico aporta de forma importante a la ciudadanía, ya que al diseñar ilustraciones con información sirve como medio de difusión de historia y conocimiento, que también aporta a crear una relación entre los lugares emblemáticos de la ciudad y sus pobladores.

Con el análisis de las entrevistas se pudo llegar a la conclusión de que existen proyectos turísticos dentro de la ciudad pero que no muchas veces son promocionados de la mejor manera, por lo cual estos proyectos y programas no llegan a toda la población esperada y por ende a su participación.

Recomendaciones

Se recomienda que el material gráfico que se brinde por parte de entidades públicas se distribuya de mejor manera y en puntos estratégicos con el fin de que esta información llegue a la mayor población posible.

También se recomienda la implementación de artes gráficos que faciliten la comprensión y llamen la atención de los jóvenes, generando interés por su parte, además de incluir aspectos importantes o sobresalientes de cada lugar.

Los artes gráficos deben ser aplicables tanto en medios impresos como digitales, ya que los jóvenes prefieren recibir información por ambos medios.

Bibliografía

- ADESIGN PERU. (10 de 07 de 2013). *La Síntesis de la Imagen*. Obtenido de FUNDAMENTOS VISUALES: <https://adelossantos.wordpress.com/2013/07/10/la-sintesis/>
- Alcázar, N. (2016). *Definición y diseño de productos editoriales*. IC Editorial.
- Asamblea Nacional. (2006). *Ley Orgánica de Cultura*. Quito. Bolívar, C. E., & Farfán Escobar, N. (2018). *Desarrollo de una estrategia de comunicación gráfica en dónde se evidencie una linealidad gráfica y el buen manejo de marca gráfica del Hotel Stancia Spiwak Cali, para así reforzar el posicionamiento en sus diferentes clientes*.
- Barrantes, G. (1998). *Parque Nacional Barra Honda: valoración del desarrollo del turismo y utilización de sus atractivos*. *Revista Geográfica de América Central*. Vol. 1 No. 35 (1998). Red Universidad Nacional de Costa Rica.
- Beriain, J. (2013). *Identidades culturales*. Publicaciones de la Universidad de Deusto.
- Bernadet, J. O. (s/a). *Dibujo Lineal*. Barcelona.
- Burke, P. (2020). *Hibridismo cultural (2a. ed.)*. Ediciones Akal.
- Bullon, O. (2020). *Como ayuda el uso de la síntesis gráfica para poder crear logotipos durante el proceso de una construcción de marca*. Tesis, Universidad peruana de ciencias aplicadas, Limas.
- Calderón, D. (5 de 10 de 2018). Doodle. *Revista digital de tendencias*.
- Creativo News. (04 de 04 de 2020). *idea creativa*. Obtenido de El diseño cyberpunk, todo lo que necesitas saber: significado, estilo: <https://ideakreativa.net/el-diseno-cyberpunk-todo-lo-que-necesitas-saber/>
- Chang, N. (2021). *Diseño gráfico y su aporte al reconocimiento de los lugares turísticos de la ciudad de Ambato*. Tesis, Universidad Técnica de Ambato, Ambato.
- Chandler, D. (1998). *Semiótica para principiantes*. Quito: Ediciones Abya-Yala.

- Dalley, T. (1992). *Guía completa de ilustración y diseño* *Guía completa de ilustración y diseño*. Tursten.
- Delgado, R. C. (2017). *Reglamento General a la Ley Orgánica de Cultura*. Quito.
- Domínguez, J. F. (2021). *Turismo de experiencias culturales*. México: Editorial Miguel Ángel Porrúa.
- Donoso, M. (2017). *Sistemas comunicacionales y su relación en la difusión cultural de la ciudad de Ambato*. Tesis, Universidad Técnica de Ambato, Ambato.
- El Heraldo. (20 de 03 de 2023). Conservan y restauran bienes patrimoniales. *El Heraldo*.
- El Telégrafo. (02 de 02 de 2023). Más hogares tienen acceso a Internet en Ecuador. *El Telégrafo*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/actualidad/44/mas-hogares-tienen-acceso-a-internet-en-ecuador>
- Enríquez, C. (2018). El turismo en la región andina tiene un alto potencial para impulsar la economía y el empleo: OIT. *Líderes*.
- Estrada, & Condo Moreira, A. A. (2017). *Ilustración de los personajes característicos de la fiesta popular milenaria Tres Reyes del cantón Saraguro, provincia de Loja y diseño de un libro digital*.
- Esteban, J. (2013). *Turismo cultural y gestión de museos*. Dykinson.
- Falcón, L. M., & Marco Antonio Solís Ruiz. (2013). *LA VULNERABILIDAD DE LOS SABERES ANCESTRALES A TRAVÉS DE LA ACULTURACIÓN. EL CASO SALASACA DE ECUADOR*. Ambato.
- García, M. R. (2009). *Ilustración digital*. España: Ministerio de Educación y Formación Profesional.
- Galland, J. (2014). *El usuario en el diseño, un significativo a cuestionar*. Economía Creativa.

- Garone, M. (2022). Cultura visual y diseño editorial moderno en México: el caso de Vicente Rojo (1932-2021). *Revista Chilena de Diseño*, 7(13).
- GAD Municipalidad de Ambato. (2020). *Municipalidad continúa con el mantenimiento de zonas verdes*. Obtenido de <https://ambato.gob.ec/municipalidad-continua-con-el-mantenimiento-de-zonas-verdes/#>
- GAD. (2015). *Ordenanza de Turismo*. Ambato.
- GAD. (2022). *Ambato La Nueva Historia*. Obtenido de <https://ambato.gob.ec/municipalidad-de-ambato-cuenta-con-159-millones-de-dolares-para-el-2022/>
- Gobierno Municipal a de Ambato. (04 de 12 de 2021). Obtenido de https://gadambato-my.sharepoint.com/personal/gadmaapps_ambato_gob_ec/_layouts/15/onedrive.aspx?id=%2Fpersonal%2Fgadmaapps%5Fambato%5Fgob%5Fec%2FDocuments%2FGu%C3%ADa%20del%20Cant%C3%B3n%20Ambato%2Epdf&parent=%2Fpersonal%2Fgadmaapps%5Fambato%5Fgob%5Fec%2FDocume
- Guerrero Salinas, M. (2022). Diseño gráfico y tendencias en la globalidad. *Revista Internacional de Cultura Visual*, 9(2).
- GoRaymi. (2022). *GoRaymi*. Obtenido de <https://www.goraymi.com>
- Gobierno Provincial de Tungurahua. (21 de Mayo de 2015). *ISSUU*. Obtenido de https://issuu.com/gobtungurahua/docs/vive_tungurahua
- Guerrero, P. E., & Ramos, J. R. (2015). *Introducción al turismo*. Grupo Editorial Patria.
- Hakim, A. (22 de 09 de 2016). *Behance*. Obtenido de <https://www.behance.net/arifhakim45>
- Henche, B. G. (2017). *Los mercados de abastos y su comercialización como producto de turismo de experiencias. El caso de Madrid*. Universidad de Alcalá. Cuadernos de Turismo.
- Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua. (2015). *GUÍA DE LA RUTA AGROTURÍSTICA ARTESANAL DEL CANTÓN AMBATO*. Ambato.

- Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua. (2022). *Vive tungurahua*. Obtenido de <https://vivetungurahua.com>
- Inzunza, S. (2022). Hacia la enculturación estadística de los ciudadanos: reflexiones en el contexto de la epidemia de COVID-19. *IE Revista de Investigación Educativa de la REDIECH*.
- Imprenta Online 24. (16 de 12 de 2021). *El Flat Design: nueva tendencia en diseño gráfico*. Obtenido de <https://blog.imprentaonline24.es/el-flat-design-nueva-tendencia-en-diseno-grafico/>
- Lastra-Bravo, X. (2020). *MPACTO DEL TURISMO EN EL DESARROLLO DEL ECUADOR Reflexiones desde la academia - IV CONGRETUR*. CIET.
- Ladaga, M. C. (2013). *Bailes-danzas tradicionales argentinas: análisis crítico de su evolución*. Ediciones CICCUS.
- Lupton, E., & Cole Phillips, J. (2016). *Diseño gráfico: nuevos fundamentos*. Editorial GG.
- Luque, A., Zayas, B., & Caro, J. (2015). Nuevas tecnologías para la interpretación y promoción de los recursos turísticos culturales. *PASOS*, 13, 932.
- Ministerio de Turismo. (2018). *Manual de Atractivos Turísticos*. Ministerio de Turismo, Quito.
- Mertz-Baumgartner, B., & Pfeiffer, E. (2005). *Aves de paso: autores latinoamericanos entre exilio y transculturación (1970-2002)*. Editorial Iberoamericana / Vervuert.
- Marcos, C. (2009). Lo concreto, lo genérico y lo abstracto: las tres frases del lenguaje gráfico. *EGE Revista de Expresión Gráfica en la Edificación*(6), 80-84.
- Munari, B. (2016). *Diseño y comunicación visual*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.
- Moreno Barreneche, S. (2019). *La definición de 'populismo': ¿qué puede aportar la semiótica?* deSignis.

- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2004). *Ley de Turismo*. Obtenido de https://vivecuador.com/html2/esp/ley_c7.html
- Morocho-Belmuda, J. A., Jiménez Sánchez, Á., & Barrios-Mesa, R. (12 de 2022). En busca de la marca ciudad: el caso de Ambato. *PASOS*, 20(4), 997-1010.
- Mainer, B., & Vega, P. (2019). *Lecturas del pasado: poética y usos culturales de la leyenda literaria*. Editorial Iberoamericana / Vervuert.
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2022). *Gobierno del Ecuador*. Obtenido de Cultura y Patrimonio: <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/patrimonio-cultural/>
- Ministerio de Turismo. (2022). *Gobierno del Ecuador*. Obtenido de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/ecuador-celebra-el-dia-nacional-del-patrimonio-cultural/#search>
- Niño, N. S. (2014). *Parque natural El Fondo: geografía y turismo*. Ediciones y Gráficos Eón.
- Nieto, A. (2020). *Gastronomía y turismo: una reflexión cultural*. Fundación Universitaria San Mateo.
- Ortega, J. A., & Durán, J. J. (2010). *Patrimonio geológico: los ríos en roca en la Península Ibérica*. Madrid.
- Ostelea. (30 de 11 de 2021). *OSTELEA*. Obtenido de Tendencias en turismo para el 2022: <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/tendencias-en-turismo/tendencias-en-turismo>
- Observatorio Económico y Social de Tungurahua. (2021). *Turismo Vacacional en Tungurahua*. Universidad Técnica de Ambato, Observatorio Económico y Social de Tungurahua, Ambato.
- Palacios, F. (2018). *Culturas intangibles en movimiento: la música tradicional afroesmeraldeña, Ecuador*. Quito: Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

- Pérez, M. D. (2012). *Guía de turistas y visitantes: recursos turístico-culturales (2a. ed.)*. Editorial ICB.
- Pereira, J. (2017). *La fiesta popular tradicional del Ecuador*. FLACSO.
- Piñeros, A. M. (2017). *Incidencia de las listas rojas en la gestión para la conservación de las especies amenazadas a escalas global y nacional (Colombia)*.
- Romero, M. L. (2017). *Ilustración de cuentos infantiles*. Tesis, Loja.
- Reyes, A. (2018). El bloguero, gestor de productos culturales en la era digital. Aproximaciones a la definición de prosumidor. *Colección Académica de Ciencias Sociale*, 27-37.
- Salazar, C., & Fabián, E. (2016). *El diseño de comunicación gráfica en el espacio público como alternativa en la construcción de ciudadanía e identidad. Resignificación de los espacios públicos en la ciudad de Cuenca a través del diseño gráfico experiencial*. Cuenca.
- Santamaría, E., & Bayas, F. M. (2017). *EFFECTO ECONÓMICO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA, ECUADOR*. Ambato.
- Silveira, A. (s.f.). *Domestika*. Obtenido de ¿Qué es la ilustración doodle?: <https://www.domestika.org/es/blog/4737-que-es-la-ilustracion-doodle>
- Spitalier, F. C. (2009). *Documentos en barro: artesanía prehispánica*. FCAS- Fundación Cultural Armella Spitalier.
- Solís, P. A. (2016). *Diseño y elaboración de una campaña digital para la difusión de espacios patrimoniales que promueva el turismo en la ciudad de Ambato*. Universidad Técnica de Ambato, Ambato.
- Tapia, E. (2022). Inseguridad y falta de crédito retrasan la recuperación del turismo. *Primicias*.
- Tesoriere, P. (2021). *Comunicación visual en redes*. Cuadernos Del Centro De Estudios De Diseño Y Comunicación.

- Tafur, G., Vélez, C., Alejo, O., Zumba, M., & Jácome, J. (2018). Desarrollo tecnológico del sector turístico en la ciudad de Guayaquil (Ecuador). *ESPACIOS*, 39(44).
- Turok, M. (1988). *Cómo acercarse a la artesanía*. México: Plaza y Valdés, S.A. de C.V.
- Uccella, F. R. (2013). *Manual de patrimonio literario: espacios, casas-museo y rutas*. Ediciones Trea.
- Valverde, A. (2020). Dibujando el pasado: Grecia y Roma a través de ilustraciones. *Thamyris, nova series. Revista de Didáctica de Cultura Clásica, Griego y Latín*.
- Villagrán, I. (2020). *Dibujo vectorial como recurso gráfico para la educación artística*. Tercio Creciente.
- Vive Tungurahua. (19 de 07 de 2023). *vive.tungurahua*. Obtenido de https://www.instagram.com/p/Cu23GwgIgVP/?img_index=1
- Wallingre, N. (2013). *Desarrollo y gestión de destinos turísticos: políticas y estrategias*. Editorial de la Universidad Nacional de Quilmes
- Wong, W. (2014). *Fundamentos del diseño*.
- Zurita, H. V. (2019). THE ELEMENTS OF VISUAL LANGUAGE AND ITS IMPACT ON DESIGN. *mktDESCUBRE*, pp. 311 - 319.