UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

“Diseño de una guía turística sobre la Ecorruta de Aviturismo ´Kuri Pishku, para difundir el turismo ecológico del cantón Patate”.

Modalidad Proyecto Integrador

Proyecto Técnico previo a la obtención del Título de Licenciada en Diseño Gráfico, otorgado por la Universidad Técnica de Ambato.

Autora: Alison Nayeli Imbago Rosero.

Tutor: PhD. Jorge Luis Santamaría Aguirre.

Ambato – Ecuador

Febrero, 2025

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Investigación Curricular sobre el tema:

“Diseño de una guía turística sobre la Ecorruta de Aviturismo Kuri Pishku, para difundir el turismo ecológico del cantón Patate”, de la alumna Alison Nayeli Imbago Rosero, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico considero que dicho Proyecto de Titulación bajo la Modalidad Presencial ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software de similitud de contenidos, el mismo que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado de la Universidad Técnica de Ambato.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo, ante el organismo pertinente para ser sometido a la evaluación de los profesores calificadores designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, febrero de 2025

EL TUTOR



.....

PhD. Jorge Luis Santamaría Aguirre

C.C.: 1803465218

AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Alison Nayeli Imbago Rosero con cédula de ciudadanía No 0450094750, declaro que los criterios emitidos en el trabajo de investigación curricular, Modalidad Presencial bajo el tema: **"Diseño de una guía turística sobre la Ecorruta de Aviturismo Kuri Pishku, para difundir el turismo ecológico del cantón Patate"**, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos y conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este trabajo de investigación curricular.

Ambato, febrero 2025

AUTORA



.....

Alison Nayeli Imbago Rosero

C.C.: 0450094750

DERECHOS DE AUTOR

Yo, Alison Nayeli Imbago Rosero con C.C.: 0450094750 en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación **"DISEÑO DE UNA GUÍA TURÍSTICA SOBRE LA ECORRUTA DE AVITURISMO KURI PISHKU, PARA DIFUNDIR EL TURISMO ECOLÓGICO DEL CANTÓN PATATE"**, autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de investigación curricular o parte de él, un documento disponible con fines netamente académicos para su lectura, consulta y procesos de investigación.

Cedo una licencia gratuita e intransferible, así como los derechos patrimoniales de mi proyecto de Investigación Curricular a favor de la Universidad Técnica de Ambato con fines de difusión pública; y se realice su publicación en el repositorio Institucional de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, siempre y cuando no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor/a, sirviendo como instrumento legal este documento como fe de mi completo consentimiento.

Ambato, febrero 2025

AUTORA



.....

Alison Nayeli Imbago Rosero

C.C.: 0450094750

TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Trabajo de Investigación Curricular, Modalidad Presencial sobre el tema **"Diseño de una guía turística sobre la Ecorruta de Aviturismo Kuri Pishku, para difundir el turismo ecológico del cantón Patate"** de Alison Nayeli Imbago Rosero, 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, febrero de 2025

Para constancia firman

PRESIDENTE

MIEMBRO CALIFICADOR

MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

A todas las personas que desde el inicio de esta travesía confiaron en mí y me apoyaron en cada uno de mis pasos, de manera especial, a mis padres, a mi hermano y mis abuelitas que han sido mi pilar fundamental en cada uno de mis proyectos, aspiraciones y la viva imagen que todo en este mundo es posible.

Igualmente, a mi segundo hogar que me mostró una manera diferente de ver la vida, de la belleza de los recuerdos, de los abrazos cálidos y el cariño más puro que tengo la fortuna llevar conmigo a todas partes.

-Alison Nayeli Imbago Rosero

AGRADECIMIENTO

Agradezco de corazón a cada una de las personas que han hecho posible llevar a cabo este proyecto de titulación. En primer lugar, a mi tutor, PhD. Jorge Santamaría, por su orientación, enseñanza y confianza, que han sido primordiales para el desarrollo de este proyecto. A mis profesores por su tiempo, sugerencias y predisposición durante cada etapa en el transcurso de mi carrera. Al guía ornitológico y amigo Carlos Díaz que dedicó su tiempo y conocimiento para poder conocer mucho más a fondo la esencia del mundo de las aves a la cual le tengo un grato aprecio y buenos recuerdos.

A mis padres, por ser la respuesta más dulce y reconfortante que siempre me han motivado buscar el sentido de la vida a través del esfuerzo, la educación y las experiencias que me han forjado la persona que soy. A mi hermano, mi compañero de aventuras, que siempre me ha mostrado su amor incondicional y desmesurado, que logra colmar de fuerza y motivación en los momentos difíciles.

- Alison Nayeli Imbago Rosero

ÍNDICE DE GENERAL

A. PÁGINAS PRELIMINARES

PORTADA ..... **i**
APROBACIÓN DEL TUTOR ii
AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN iii
DERECHOS DE AUTOR iv
TRIBUNAL DE GRADO v
DEDICATORIA vi
AGRADECIMIENTO vii
ÍNDICE DE GENERAL viii
ÍNDICE DE FIGURAS xv
RESUMEN EJECUTIVO xvii
ABSTRACT xviii

INTRODUCCIÓN.....1

CAPITULO I. - ANTECEDENTES.....2

1.1. Tema.....2

1.2. Planteamiento del problema.....2

1.2.1. Árbol de problemas.....5

1.3. Justificación del problema.....5

1.4. Objetivos.....8

1.4.1. Objetivo General.....8

1.4.2. Objetivos Específicos.....8

CAPÍTULO II – MARCO REFERENCIAL.....9

2.1. Estado de la cuestión.....9

2.2. Enfoque social del diseño.....14

2.3. Marco legal.....15

2.4. Marco conceptual.....18

2.4.1. Diseño.....18

2.4.1.1. Elementos del diseño.....19

2.4.1.2. Comunicación visual.....23

2.4.2. Diseño gráfico.....24

2.4.2.1. Metodología.....24

2.4.2.2. Ramas afines.....27

2.4.2.3. Áreas afines.....32

2.4.3. Diseño Editorial.....37

2.4.3.1. Anatomía.....39

2.4.3.2. Productos.....48

2.4.4. Turismo.....54

2.4.3.3. Unidad básica.....55

2.4.3.4. Motivo de turismo.....56

2.4.3.5. Forma 57
2.4.3.6. Tipos de turismo 58
2.4.4. Turismo alternativo 59
2.4.4.1. Tipos 60
2.4.5. Ecoturismo o turismo ecológico 64
2.4.5.1. Características 65
2.4.5.2. Atractivos ecoturísticos 67
2.4.5.3. Ventajas 67
2.4.5.4. Beneficios 68
2.4.5.5. Demanda 69
2.4.6. Jerarquización de variables 70
2.4.7. Constelación de variables 71

CAPÍTULO III – INVESTIGACIÓN DE MERCADO 72
3.1. Análisis externo 72
3.1.1. Análisis PEST 72
3.1.1.1. Análisis Político 72
3.1.1.2. Análisis Económico 75
3.1.1.3. Análisis Social 77
3.1.1.4. Análisis Tecnológico 79
3.1.1.5. Análisis Ecológico 80
3.1.1.6. Análisis Legal 82
3.1.2. Tendencias 83
3.1.2.1. Tendencias del Diseño Gráfico 2024 84
3.1.2.2. Tendencias de Diseño Editorial 2024 88
3.1.2.3. Tendencias de folletos 2024 90
3.1.2.4. Tendencias de señalética 2024. 96
3.1.3. Segmentación del mercado potencial 98
3.1.4. Análisis del sector y del mercado de referencia 99
3.1.5. Índice de saturación del mercado potencial. 102

3.1.6. Análisis estratégico de la competencia (benchmarking) 103
3.2. Análisis interno 108
3.2.1. Análisis FODA 108
3.2.1.1. Fortalezas 108
3.2.1.2. Oportunidades 109
3.2.1.3. Debilidades 110
3.2.1.4. Amenazas 110
3.2.1.5. Cuadro resumen del análisis FODA 112
3.3. Pedido de diseño 116
3.4. Rentabilidad 117

CAPÍTULO IV – DISEÑO METODOLÓGICO 118
4.1. Método 118
4.2. Enfoque del proyecto 118
4.3. Modalidad 119
4.3.1. Investigación Bibliográfica 119
4.3.2. Investigación de Campo 120
4.4. Niveles de investigación 120
4.4.1. Exploratorio 120
4.4.2. Descriptivo 121
4.5. Población y muestra 122
4.6. Técnicas e instrumentos 125
4.6.1.1. Entrevistas 125
4.6.1.2. Observación 131
4.6.1.3. Análisis de contenidos 132
4.6.1.4. Focus Group 133
4.7. Análisis e interpretación de resultados 134
4.7.1. Fichas de observación 134
4.7.2. Entrevista a expertos relacionado con Turismo y Aviturismo 148
4.7.3. Entrevista a Diseñadores Gráficos 159

4.7.4. Focus Group.....*173*
4.8. Triangulación de datos.....180

CAPÍTULO V – DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....199
5.1. Descripción general del proyecto.....199
5.1.1. Concepto.....199
5.1.2. Descripción técnica del producto o servicio.....200
5.1.2.1. Identidad Visual.....200
5.1.2.2. Imagen.....202
5.1.2.3. Tipografía.....202
5.1.2.4. Cromática.....203
5.1.2.5. Acabados.....204
5.1.2.6. Composición.....204
5.1.2.7. Jerarquía.....205
5.1.2.8. Funcionalidad.....206
5.1.2.9. Expresión creativa.....206
5.1.2.10. Valor agregado / propuesta de valor.....206
5.1.2.11. Materiales e insumos y/o productos o servicios.....207
5.1.2.12. Presupuesto.....207
5.1.2.13. Construcción del prototipo.....208

CAPITULO VI – CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....216
6.1. Conclusiones.....216
6.2. Recomendaciones.....216

C. MATERIALES DE REFERENCIA

BIBLIOGRAFÍA.....218
ANEXOS….....232

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. *Recuperación del turismo y crecimiento del ecoturismo en Ecuador (2019_2022)*……3

Tabla 2. *Tendencias del Diseño Gráfico 2024.* 84

Tabla 3. *Tendencias de Diseño Editorial 2024* 88

Tabla 4. *Tendencias de folletos 2024.* 90

Tabla 5. *Tendencias de señalética 2024.* 96

Tabla 6. *Segmentación del mercado potencial*. 98

Tabla 7. *Análisis de guías turísticas de aviturismo* 105

Tabla 8. *Resumen del análisis FODA*.....112

Tabla 9. *Perfil de las personas que integran el Focus Group*.....123

Tabla 10. *Perfil de entrevistas*.....125

Tabla 11. *Cuestionario para Encargada del Departamento de Turismo de Patate* 126

Tabla 12. *Cuestionario para guía especializado en ornitología* 127

Tabla 13. *Cuestionario para entrevista a Biólogo*. 129

Tabla 14. *Cuestionario para entrevista a Experto en Turismo Sostenible y Tics.* .130

Tabla 15. *Cuestionario para Diseñadores Gráficos*. 131

Tabla 16. *Cuestionario para Focus Group* 134

Tabla 17. *Ficha de observación del recorrido del sendero más promocionado por el Municipio de Patate.* 136

Tabla 18. *Ficha de observación de campo y registro de aves*.....140

Tabla 19. *Ficha de observación del Taller "Como identificar las aves que fotografías en la montaña"*…… 143

Tabla 20. *Análisis de entrevistas a expertos relacionados con Turismo y Aviturismo.* ……148

Tabla 21. *Análisis de entrevistas a Diseñadores Gráficos*. 159

Tabla 22. *Participantes que integraron el grupo focal el 30 de noviembre de 2024*…… 173

Tabla 23. *Análisis de Focus Group*. 174

Tabla 24. *Triangulación de datos.* 180

Tabla 25. *Cromática.* 204
Tabla 26. *Materiales e insumos.* 207
Tabla 27. *Presupuesto.* 207

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. *Árbol de problemas* 5
Figura 2. *Elementos conceptuales*.....20
Figura 3. *Elementos visuales.*.....21
Figura 4. *Elementos de relación.* 22
Figura 5. *Metodología proyectual de Bruno Munari*.....27
Figura 6. *Dimensiones de tamaño de papel Serie A.* 40
Figura 7. *Partes básicas de una retícula.* 42
Figura 8. *Jerarquización de variables.* 70
Figura 9. *Constelación de variable independiente.* 71
Figura 10. *Constelación de variable dependiente.*.....71
Figura 11. *Guía Fotografíca de Aves de la Laguna de Yambo*.....100
Figura 12. *Guía Avifauna de Santa Ana de los Cuatro Ríos de Cuenca* 100
Figura 13. *Guía de Aviturismo - Prefectura de Pichincha* 101
Figura 14. *Guía de Avifauna Las Aves de Vipis*.....101
Figura 15. *Lugar de origen de visitantes del cantón Patate – Mes de Octubre 2024* 122
Figura 16. *Isologo Ecorruta Kuri Pishku* 201
Figura 17. *Portada de Guía.* 201
Figura 18. *Estilo de ilustración*.....202
Figura 19. *Construcción tipográfica*.....203
Figura 20. *Retícula.*.....205
Figura 21. *Portada de guía turística*.....209
Figura 22. *Mapas de las rutas de la Ecorruta Kuri Pishku.*.....209
Figura 23. *Descripción de ave*. 210
Figura 24. *Sección de datos interesantes de las aves.* 210
Figura 25. *Registro de avistamientos.*.....211
Figura 26. *Diseño de pictogramas.*.....211
Figura 2. *Señalética de aproximación.* 212
Figura 28. *Señalética.* 212

Figura 29. *Señalética informativa para el inicio de cada sendero.* 213
Figura 30. *Punto de información.* 213
Figura 31. *Sombrero.* 214
Figura 32. *Lámina de stickers.* 214
Figura 33. *Botella deportiva.* 215
Figura 34. *Bolso.* 215

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como objetivo diseñar una guía turística sobre la Ecorruta de Aviturismo Kuri Pishku para difundir el turismo ecológico en el cantón Patate, ante la falta de recursos informativos que limita su correcta divulgación, a pesar de la biodiversidad de la zona. Para la investigación se utilizó el método deductivo, con un enfoque cualitativo, en modalidad bibliográfica y de campo, con un nivel exploratorio y descriptivo. Para la recolección de información, se realizaron entrevistas a profesionales en turismo, guías locales, biólogos y diseñadores gráficos, además de un focus group con personas interesadas en aviturismo y con experiencia en el campo para identificar necesidades y expectativas sobre la propuesta final. Como resultado, se dan soluciones para la elaboración de una guía turística, en donde se involucre a la fotografía, ilustración y elementos narrativos como piezas clave para difundir esta actividad y dar a conocer a Patate como un destino ecológico. Este proyecto servirá como base para futuros proyectos relacionados con la Ecorruta Kuri Pishku, recomendando la colaboración de expertos para asegurar la calidad de información.

PALABRAS CLAVES: DISEÑO GRÁFICO, DISEÑO EDITORIAL, ILUSTRACIÓN, TURISMO ECOLÓGICO, AVITURISMO.

ABSTRACT

The objective of this project is to design a tourist guide on the Kuri Pishku Birdwatching Eco-route to promote ecological tourism in the Patate canton, given the lack of information resources that limits its correct dissemination, despite the biodiversity of the area. For the research, the deductive method was used, with a qualitative approach, in bibliographic and field mode, with an exploratory and descriptive level. To collect information, interviews were conducted with tourism professionals, local guides, biologists and graphic designers, as well as a focus group with people interested in birdwatching and with experience in the field to identify needs and expectations about the final proposal. As a result, solutions are given for the development of a tourist guide, where photography, illustration and narrative elements are involved as key pieces to promote this activity and make Patate known as an ecological destination. This project will serve as a basis for future projects related to the Kuri Pishku Birdwatching Eco-route, recommending the collaboration of experts to ensure the quality of information.

KEYWORDS: GRAPHIC DESIGN, EDITORIAL DESIGN, ILLUSTRATION, ECOLOGICAL TOURISM, BIRDWATCHING.

INTRODUCCIÓN

El objetivo de este proyecto integrador es instaurar a la Ecorruta Kuri Pishku como un referente de difusión del turismo ecológico en el cantón Patate, aprovechando su biodiversidad y su potencial como atractivo turístico para la observación de aves. No obstante, el reconocimiento de la ruta se ha reducido a un público local y a la recomendación boca a boca, lo que impide llegar a un público objetivo mucho más amplio de turistas nacionales como internacionales interesados en el aviturismo. Es por esto que se busca la creación de un producto editorial que dar respuesta a la falta de recursos informativos en esta área.

Capítulo I. Introducción. Descripción del tema, el planteamiento del problema acompañado del árbol de problemas, la justificación y los objetivos.

Capítulo II. Marco Referencial. Comprende el estado de la cuestión, a través de casos de estudio y antecedentes de proyectos con planteamientos similares, el enfoque social del diseño, el marco legal y conceptual junto a la jerarquización de la variable independiente como la independiente, con su respectiva constelación de ideas.

Capítulo III. Investigación de mercado. Análisis externo del sector de turismo (PESTEL) y área del diseño, tendencias de diseño editorial, gráfico, señalética y de folletos, segmentación del mercado, el análisis de saturación y el análisis de la competencia (benchmarking), análisis interno (FODA) y el pedido de diseño.

Capítulo IV. Diseño Metodológico. Descripción del método, enfoque del proyecto, niveles de investigación, modalidad, población y muestra, técnicas e instrumentos, análisis e interpretación de resultados.

Capítulo V y VI. Desarrollo de la propuesta. Descripción general y técnica del proyecto, expresión creativa, valor agregado, materiales e insumos, presupuesto y construcción del prototipo. Conclusiones y recomendaciones.

CAPITULO I

1. ANTECEDENTES

1.1.Tema

Diseño de una guía turística bilingüe sobre la Ecorruta de Aviturismo ´Kuri Pishku, para difundir el turismo ecológico del cantón Patate.

1.2. Planteamiento del problema

La crisis sanitaria causada por la pandemia del COVID-19 ha provocado un impacto mayor mente negativo al sector turístico a escala mundial. En el Ecuador el turismo representa una fuente de ingresos significativa, según datos del Ministerio de Turismo se detalla que el número de visitantes internacionales decayó en un 77,4% para el año 2020, lo cual afectó la economía de las comunidades locales que dependían del turismo como forma de ingreso económico. (Ministerio de Turismo, 2021). Pese a ello, con la reactivación de las actividades relacionadas con el turismo y la creciente preferencia por las actividades que se realizan al aire libre y áreas naturales, además, el turismo ecológico se ha posicionado como una actividad segura y atractiva para los viajeros.

Es así que, se considera el Barómetro Internacional de Turismo de la Organización Mundial del Turismo (OMT) en el cual se detalla que, a medida que las restricciones de viaje se alivian, las tendencias apuntan hacia un crecimiento en la demanda de experiencias basadas en la naturaleza, como el ecoturismo, debido a un mayor interés por la sostenibilidad y el bienestar físico y mental (OMT, 2021). A continuación, se detalla cómo el turismo se ha recuperado en los últimos años, con un incremento relativo en las actividades relacionadas con la naturaleza y el ecoturismo.

Tabla 1. *Recuperación del turismo y crecimiento del ecoturismo en Ecuador (2019-2022)*

Año	Visitantes Internacionales a Ecuador	Participación de Turismo Ecológico (%)
2019	1,619,000	15
2020	366,000	30
2021	570,000	45
2022	940,000	55

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2021)

Ecuador es un país de gran diversidad a escala global., puesto que posee un ecosistema que va desde las Islas Galápagos hasta la Amazonía, siendo así que se ha convertido en un destino atractivo para el ecoturismo y turismo de naturaleza. De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo de naturaleza en Ecuador ha crecido de manera notable, atrayendo a turistas interesados en actividades sostenibles, incluyendo el aviturismo, debido a la gran variedad de especies de aves y la biodiversidad que posee el país (OMT, 2021). Tras el impacto de la pandemia del COVID-19, el turismo se está recuperando en Ecuador, enfocándose en estrategias de sostenibilidad para reactivar la economía y minimizar el impacto ambiental de las actividades turísticas (Ministerio de Turismo de Ecuador, 2021).

La provincia de Tungurahua es un ejemplo destacado de la oferta turística natural en Ecuador, siendo conocida por su diversidad de paisajes y su proximidad a la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, hogar de numerosas especies de aves (Ministerio de Turismo, 2022). La provincia ha promovido el turismo ecológico, destacando la avifauna como un recurso importante, atrayendo tanto a observadores de aves locales como internacionales. Según estudios sobre el aviturismo y el turismo sostenible se destaca que el aviturismo ha aumentado en la región debido a las políticas locales que promueven el desarrollo sostenible y a la presencia de infraestructura que permite el acceso a áreas naturales protegidas (Proaño y Herrera, 2021).

El cantón Patate, ubicado en Tungurahua, posee un notable potencial en el desarrollo del aviturismo, especialmente en la Ecorruta "Kuri Pishku", un recorrido que permite la observación de diversas especies de aves endémicas y migratorias. El turismo en Patate se ha incrementado gracias a iniciativas de conservación de sus bosques nublados y su biodiversidad, lo cual ha fomentado un incremento en la cantidad de visitantes que buscan experiencias ecológicas (Gobierno Autónomo Descentralizado de Patate, 2023). Sin embargo, a pesar del creciente interés en el aviturismo, el cantón enfrenta desafíos en la promoción internacional y en la creación de recursos bilingües para facilitar la visita de turistas extranjeros, lo cual limita su potencial de crecimiento y desarrollo económico. Abordar estas limitaciones es crucial para maximizar el potencial turístico del cantón y, por ende, contribuir al crecimiento económico y la sostenibilidad de la región. La alineación de todos los esfuerzos permitirá no solo la reactivación del turismo, así como un crecimiento sostenible que favorezca a las comunidades, locales y al medio ambiente.

Además, el cantón Patate enfrenta diversos retos en el desarrollo de su sector turístico, limitados tanto por factores financieros como por el escaso interés de los actores privados y asociativos en establecer un trabajo colaborativo con el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) Municipal de Patate. A pesar del esfuerzo de la comunidad local por capacitarse en aviturismo, especialmente mediante el apoyo del colectivo Aves y Conservación, estos esfuerzos no han sido continuados debido a cambios en las políticas y personal técnico de los organismos gubernamentales, lo que ha impedido que los participantes obtengan una certificación como guías nativos. Esta falta de seguimiento y apoyo en la profesionalización ha restringido el potencial de la oferta turística, a pesar de que Patate cuenta con recursos naturales y un clima favorable que podrían consolidar al cantón como un destino destacado para el ecoturismo (Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Patate, 2018).

Además, el Plan de Desarrollo Turístico del cantón Patate (2018) señala una carencia de planificación y coordinación entre instituciones, lo que ha obstaculizado la organización de actividades turísticas y el desarrollo de proyectos enfocados en el turismo sostenible. La asignación presupuestaria destinada a turismo es limitada, lo que repercute en la capacidad del personal técnico, quien además de sus funciones en turismo, asume

responsabilidades en cultura y deportes. Esta sobrecarga de funciones y la escasa gestión de financiamiento para proyectos, sumada a la inexistencia de ordenanzas específicas para regular la actividad turística, evidencian una estructura administrativa debilitada, que afecta el aprovechamiento del potencial turístico de Patate.

1.2.1. Árbol de problemas

Figura 1. *Árbol de problemas*



Fuente: Elaboración propia.

1.3. Justificación del problema

Ecuador se caracteriza por su riqueza innata e inigualable, alojando paisajes majestuosos que, debido a su cercanía entre sí, permite disfrutar de diferentes microclimas de sus cuatro regiones geográficas. Esta singularidad atrae a turistas de todo el mundo, quienes son seducidos por estas condiciones excepcionales, lo que permite distinguir un notable avance en el fortalecimiento del ecoturismo en el país, en sus diversas modalidades, impulsando emprendimientos locales rentables.

En este sentido, es importante considerar el papel y aporte que genera el turismo en la consolidación del desarrollo local:

> La práctica del turismo en Ecuador representa rédito económicos, culturales y sociales que aportan al desarrollo local; cuenta con una base legal construida para el efecto que demanda la articulación de acciones público, privadas y comunitarias tendientes a edificar productos y destinos turísticos capaces de impulsar el bien común basado en la sostenibilidad y en la garantía del goce de los derechos colectivos y de los visitantes. (Mora Carrera, Larrea Paredes, & Moncayo Silva, 2020, p. 45)

El interés de los turistas por visitar y experimentar un turismo alternativo en el que se pueda tener un contacto mucho más íntimo con la naturaleza se ha incrementado exponencialmente en los últimos años, debido a la creciente conciencia ambiental y como consecuencia de los efectos rezagos de la crisis sanitaria global de 2020:

"…antes de la pandemia entre los tipos de turismo o productos más comunes están: el ecoturismo, que se manifiesta como una actividad de gran relevancia, ya que contribuye a la correcta administración de las áreas protegidas del país" (Llugsha Guijarro, et al., 2021, p. 42).

Asimismo, Llugsha Guijarro, et al., (2021), refiere que expertos de la OMT, pronostican que habrá un aumento en actividades que se puedan realizar al aire libre, permitiendo tener un contacto con la naturaleza y realizar viajes lentos, todo gracias a que Ecuador posee un territorio con áreas protegidas que pueden colocarse dentro del listado de destinos que cumplen satisfacer con estas nuevas necesidades de parte de los consumidores.

Según las tendencias presentes hoy en día y las medidas de bioseguridad, los expertos de la OMT estiman que se incremente la demanda de actividades al aire libre, en las que se involucre al contacto con la naturaleza y los 'viajes lentos' (Roa, 2021); gracias a que el país dispone de un territorio megadiverso con áreas protegidas puede situarse dentro del catálogo de destinos importantes para satisfacer las nuevas necesidades de los

consumidores, entre ellas el cumplimiento de protocolos de bioseguridad que han surgido con la pandemia.

Este cambio ha impulsado la búsqueda de vivencias diferentes, significativas y auténticas, que hacen que viajeros busquen destinos que les proporcionen la oportunidad de crear una conexión con entornos naturales, donde la belleza y la tranquilidad del mundo natural, dentro del turismo ecológico, puede presentar ante sus ojos. En este contexto, se expone la necesidad de argumentar la implementación de material editorial determinado para este grupo de personas.

Según el Gobierno Descentralizado de San Cristóbal de Patate (2018), en su "Plan Desarrollo Turístico del Cantón Patate", existen obstáculos que imposibilitan el crecimiento turístico local, entre las que se destacan: el desinterés de las autoridades, que ha decantado en la reducción del apoyo entre instituciones para la mejora de la oferta turística; la escasa promoción de atractivos locales; limitada participación de la comunidad, que dificulta aprovechar recursos que tienen a su disposición; insuficientes recursos; la falta de actores y facilidades turísticas; y la deficiente capacitación sobre servicio al cliente, manejo de fauna, manejo de redes sociales, entre otros.

En respuesta a estos desafíos, la difusión de los atractivos turísticos presentes en la Ecorruta Kuri Pishku, no solo abrirá las puertas a turistas, sino que también cimentará a Patate como un destino que apuesta por el turismo ecológico. Este enfoque instaurará un compromiso profundo hacia la conservación de la flora y fauna endémicas de parte de la comunidad como de los visitantes, que se transformaran en guardianes de la naturaleza.

El objetivo principal de tratar este tema es poder dar respuesta a esta problemática mediante la creación de una guía turística, que representa una opción viable que busca difundir el turismo ecológico existente en Patate. El diseño de este producto editorial brindará a los turistas, una herramienta con información detallada sobre la biodiversidad de la zona, presentada de manera accesible y práctica para su fácil comprensión, beneficiando a los visitantes independientemente de su nivel de conocimiento, de manera específica, en la observación de aves. También, incluirá facilidades turísticas adaptadas a sus necesidades y con las características primordiales que se debe tomar en cuenta dentro

en el turismo ecológico, permitiendo crear un sistema de elementos gráficos que se complementen entre sí, mejorando la experiencia del recorrido y ayudando en la conservación de estos espacios.

La información compilada en este proyecto puede aportar a futuras investigaciones relacionadas o que se encuentren a ramas afines del turismo ecológico, ya que se podrá corroborar su aporte, practicidad y sus puntos débiles dentro de la propuesta, actuando como un instrumento de evaluación que ayudará a realizar ajustes en el producto para un resultado final acorde con las expectativas de los visitantes y aporte al origen de un desarrollo sostenible del cantón en el ámbito del turismo.

1.4.Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Diseñar una guía turística bilingüe sobre la Ecorruta de Aviturismo ´Kuri Pishku, para difundir el turismo ecológico del cantón Patate.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Recopilar información sobre las especies de aves, rutas, servicios y zonas presentes en la Ecorruta de Aviturismo 'Kuri Pishku', mediante investigación bibliográfica y de campo.

- Identificar las necesidades e intereses de los visitantes de le Ecorruta de Aviturismo “Kuri Pishku”, para diseñar una guía que se adapte a sus experiencias, a través de un estudio de mercado.

- Establecer criterios y lineamientos de diseño editorial para configurar los contenidos que describan los espacios y servicios de la Ecorruta, mediante la revisión de bibliografía y referentes de tendencias de diseño.

- Desarrollar material editorial enfocado en experiencias y necesidades de los visitantes de la Ecorruta, con el fin de cubrir la falta de información existente sobre la ruta.

CAPÍTULO II

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. Estado de la cuestión

Peñas Fernández (2020), realizó su investigación *"Diseño de un Producto Editorial: Guía de la ciudad de Sevilla a través de los ojos de un local"* desarrollado en la Universitat Politècnica de València, España, en donde se elaboró una guía turística que integra el diseño editorial y permite mostrar un recorrido literario, como hilo conductor, para la creación de un producto enfocado en la experiencia inmersiva del lector y pone en marcha la creación de un producto que muestre lugares poco frecuentados, pero característicos de la cultura local, con el objetivo de conservar las singularidades únicas de la ciudad. Se empleó una metodología que partió desde un estudio teórico sobre los elementos que la guía debe contener para posteriormente realizar un estudio teórico del mismo, investigando su historia y componentes esenciales. Con base en la recolección de información, se elaboró un briefing para determinar los valores, el propósito de su creación y para la ejecución de un estudio de mercado. Este proyecto permitió la creación de un artículo coherente, genuino, llamativo y funcional a través de la disponibilidad de formatos en los que se puede presentar, que indaga mucho más a fondo en tendencias dentro del diseño gráfico, la ilustración, fotografía, tipografía, copywriting, y el uso del color basado en características del entorno urbano.

La investigación realizada por Quezada Cajamarca (2024), titulada *"Diseño editorial de una guía turística ilustrada con mecanismo pop up para promocionar el turismo en el cantón Nabón"* desarrollado en la Universidad de Cuenca, Ecuador, propone una guía turística con el fin de impulsar el turismo de la zona mediante la aplicación de técnicas de ingeniería de papel e ilustración. Se emplearon los principios del Graphic Design Thinking de Lupton, los mismo que sirvieron como base para las diferentes etapas del proyecto. Se realizaron a cabo entrevista y encuestas a profesionales dentro del campo turístico y del diseño para la construcción de un producto integral que muestra las características culturales y naturales, que hacen que turistas se vean cautivados por descubrir parajes únicos del cantón Nabón.

Asimismo, Chang Villacís (2021), realizó su investigación "*Diseño gráfico y su aporte al reconocimiento de los lugares turísticos de la ciudad de Ambato*" desarrollado en la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador, en donde se llevó a cabo la creación de una guía que abarque lugares históricos y emblemáticos de la ciudad de las Flores y las Frutas, con el fin de mejorar su economía y aumentar el número de turistas que la vistan. Se empleó una metodología mixta, es decir, cuantitativa y cualitativa, apoyada en la aplicación de encuestas como herramienta para comprender las necesidades de la población. Los resultados muestran una factibilidad del proyecto con un VAN positivo de $3019.36 y un costo-beneficio que produce $0.26 adicionales por cada dólar invertido. La investigación permitió el desarrollo de un modelo de guía viable, que ayudará al crecimiento económico y la promoción turista de la ciudad.

También, Garcia Jimenez & Llaque Paladines (2023), llevaron a cabo su investigación titulada "*Diseño de sistema de orientación y guía turística bilingüe sobre la ruta de las iglesias patrimoniales del centro de Guayaquil*" desarrollado en la Escuela Superior Politécnica del Litoral, Ecuador, como respuesta para visibilizar y aprovechar la riqueza religiosa, histórica y cultural que posee la arquitectura de las iglesias patrimoniales de la ciudad como destinos turísticos potenciales. Se empleó el método etnográfico para identificar con mayor profundidad las necesidades que presentan los turistas en cuanto a la orientación durante su visita, con el fin de crear elementos visuales en donde destaque el diseño, la información y la experiencia turística. Finalmente, se concluye que, a través del desarrollo del proyecto, permite la conservación y apreciación cultural de Guayaquil, despertando un gran interés ante un turismo alternativo que llame la atención de turistas locales y extranjeros.

Igualmente, Mosquera Lozano & Quiñones Caicedo (2023), realizarón su investigación "Propuesta de diseño de información adaptativo para público infantil del Zoológico de Cali" desarrollado en la Universidad Autónoma de Occidente, Colombia, con el fin de reconocer espacios carentes de informacion dentro de la zona de anfibios en el Zoológico de Cali, y proporcionar material informativo sencillo de entender e interactivo, dirigido hacia un publico infantil que ayude a un mejor aprendizaje. Se concluye que el rediseño

del sistema de información es una herramienta de apoyo que permite a los niños aprender de una manera lúdica y diferente.

Chulde Chulde (2021), realizó su investigación "*Elaboración de una guía turística de la laguna El Salado, ubicada en el cantón Montúfar, provincia del Carchi* ", desarrollado en la Universidad Técnica del Norte, Ecuador, en donde se buscó mostrar el potencial que este lugar posee gracias a su entorno y su historia de origen, a través de un producto editorial que contenga información puntual y de interés para el visitante. Se empleó una métodologia tanto cualitativa como cuantitativa y el Design Thinking, desde el área del diseño, apoyadas en instrumentos de investigación como entrevistas y encuestas, que ayudó a identificar aspectos técnicos y visuales para un adecuado desarrollo de la propuesta a través de la fotografía, ilustraciones e infografía. Finalmente, se concluyó que el uso de retículas es importante para establecer una base para la estructura de la guía, la correcta selección de tipografías que se complementen entre si, el uso de una metodología que se centre en las necesidades del usuario y que ante la gran afluencia de visitantes en la Laguna "El Salado" posee todos los elementos necesarios para convertirse en un atractico turístico.

Con el objetivo de mostrar el potencial turístico que presenta la naturaleza, Guaña Paillacho (2021) realizó su investigación *"Elaboración de una guía turística sobre los atractivos naturales de las parroquias del cantón Pedro Moncayo"* desarrollado en la Universidad Técnica del Norte, Ecuador, con el objetivo de promover y exponer el número de atractivos turísticos para facilitar a turistas un soporte que oriente su visita. Se usó una metodología de investigación cualitativa, en donde se aplicaron entrevistas a expertos en turismo, y desde la rama del diseño gráfico, la metodología Design Thinking, que permitió analizar las preferencias y necesidades del público. En la evaluación del producto, se recopiló observaciones sobre el formato y el contenido presente en la guía. Se llegó a la conclusión de que, como consecuencia de la pandemia Covid-19, existió mayor predisposición e interés en optar por nuevos lugares de potencial turístico en el cantón.

En el contexto del turismo ecológico, Magini & Muryn (2021) desarrollaron su investigación titulada "Ecoturismo como estrategia para fomentar la educación ambiental

y contribuir a la conservación de los recursos naturales : análisis de caso: caminata guiada en la isla Yecapasela (Martillo), Ushuaia, Tierra del Fuego, Argentina" desarrollado en la Universidad Nacional de San Martín, Argentina, en donde se presentó una creciente inquietud sobre la conservación del medio ambiente y la creación de nuevos tipos de turismo que busquen crear conciencia ambiental , sensibilización y un respeto ante los recursos naturales, de manera puntual, en la isla Martillo donde se realiza el avistaje de pingüinos, para construir una relación entre la actividad y el contexto ambiental. Se empleó una metodología exploratoria y descriptiva, en basada en análisis de casos, apoyada en documentos sobre ecoturismo y legislación medioambiental de instituciones nacionales e internacionales. Se destacó que es importante indagar sobre los de elementos del ecoturismo como: el perfil del ecoturista, actividades, , centro interpretativo, lugares, guías, senderos interpretativos, señalética, folletos y capacitación, permiten una mejor experiencia al momento de optar por este tipo de turismo. Se concluyó que la educación ambiental dentro de sitios que alberga una gran variedad de flora y fauna, cumple un papel importante en el cambio y adopción de actitudes de los visitantes que permite que ellos sean una de las razones que contribuyan en la solución de problemas ambientales.

En su investigación, Ruiz Guerra (2022) realizó su estudio titulado "Las actividades recreativas y el ecoturismo en la zona lacustre Pisayambo del parque nacional Llanganates" desarrollado en la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador, en donde se buscó dar respuesta a la protección de la biodiversidad de la zona, tras ser afectada por la quema de pajonales, la pesca y caza ilegal, a través de la creación de una ruta turística que aproveche de manera sostenible los recursos naturales. Se empleó una metodología cuantitativa, con técnicas como la observación y la encuestas que ayudó conocer las necesidades del lugar como la ausencia de información del correcto cuidado en la zona lacustre. Se concluyó que la implementación de una ruta ayuda a mejorar la experiencia del visitante, transformándose en un catalizador para el desarrollo socioeconómico de las comunidades y la adopción del turismo ecológico.

Bedoya Meneses (2021), llevó a cabo su investigación "Puesta en valor del Parque recreacional Pablo Amaya y algunos senderos ecológicos del Municipio de Toro Valle, como estrategia de gestión municipal" desarrollado en la Pontificia Universidad Javeriana,

Colombia, en donde menciona que no existe los servicios turísticos, actores locales, información e infraestructura necesaria para la práctica del ecoturismo y turismo de aventura, pese a las condiciones óptimas que posee el Río Tumbes, es por esto que se planteó el análisis de los elementos que cuenta este lugar para convertirlo en una opción de desarrollo local. Se utilizó la investigación práctica basada en diagnóstico y se aplicaron métodos como la revisión documental y observación, apoyadas en técnicas como entrevistas realizadas a líderes de caseríos, operadores turísticos y encuestas efectuadas a 96 turistas y 96 excursionistas potenciales. La propuesta determinó definir áreas ideales para el ecoturismo y turismo de aventura, crear asociaciones entre los actores involucrados para acrecentar la oferta turística y la implementación de servicios e infraestructura en espacios estrategicos. Se concluyó que el Río Tumbes es un lugar apto para los dos tipos de turismo, es prioritario el potencializar el trabajo en las deficiencias identificadas y promover asociaciones de líderes que impulsen el desarrollo local.

Y para finalizar, Salas Medina (2021) desarrolló su investigación "La universidad en el análisis de las facilidades turísticas en el sendero Kuri Pishku tramo cascada de Mundug, Patate" desarrollado en la Universidad Regional Autónoma de Los Andes, Ecuador, en donde se buscó incentivar y rescatar la preservación del sendero con el objetivo de posicionarlo como un atractivo turístico, analizando su condición actual, acciones para aumentar el número de visitantes y reconocer estrategias para renovar sus facilidades turísticas en la zona. Se utilizó una metodología cualitativa y cuantitativa para obtener información a través de entrevistas, consultas e interpretación de resultados para conocer qué aspecto requieren intervención para atraer más afluencia de turistas. Se concluyó que el tramo cascada de Mundug, cuenta con un gran potencial turístico pero lamentablemente no ha sido aprovechado adecuadamente, la escasa promoción y el desconocimiento de planes de mejora, inciden de manera significativa en la afluencia turística, que impiden el avance de las condiciones del entorno para brindar una mejor experiencia para los visitantes.

2.2. Enfoque social del diseño

Un aspecto que posee una notable relevancia dentro de la difusión del turismo ecológico es la participación activa en la construcción de actividades turísticas responsables por parte de los habitantes de la localidad, con el fin de crear un cambio que beneficie y contribuya a mejorar su calidad de vida, de manera particular, a quienes desarrollan roles estratégicos que prestan servicios como guías turísticos, artesanos y pequeños emprendimientos.

El proyecto se centra en el enfoque ambiental, ya que se busca la conservación de los ecosistemas naturales que alberga una gran diversidad de vida silvestre, la interacción sostenible con el entorno y promover la sensibilización sobre el medio ambiente por parte de los visitantes, reduciendo el impacto negativo que puede generar el turismo por medios de la regulación de prácticas turísticas responsables.

Design Council (2024) destaca que el diseño es una habilidad primordial para la sostenibilidad, por medio de la implementación de recursos que prioricen la reducción de recursos, la reutilizar materiales o que permitan la regeneración de recursos naturales, creando alternativas atractivas y fáciles de elegir para las personas, ayudando a que productos, servicios y lugares sean más accesibles para ellas.

Desde un enfoque económico, el desarrollo del producto editorial como herramienta para la difusión de la Ecorruta, busca crear una propuesta adaptativa para los diferentes atractivos turísticos, que también podría generar recursos adicionales, con el fin de atraer mayor número de turistas que apuesten por este tipo de turismo alternativo, permitiendo fortalecer el desarrollo económico del cantón, generando nuevas fuentes de ingresos, tanto en el aumento de productos como de servicios en la localidad.

De este modo la capacidad del diseño, como un medio que resuelve problemas de manera creativa y aplica métodos de diseño, son importantes para distintas áreas laborales, permite abordar complejos desafíos y abre camino hacia la construcción de una economía equitativa y sostenible, accediendo al cambio tanto en productos como en servicios, que sean de beneficio para las personas y el medio ambiente (Design Council, 2021, p. 12).

2.3. Marco legal

2.3.1. Derechos de la naturaleza

Según la Constitución del Ecuador (2008), en el capítulo séptimo refiriéndose a los "Derechos de la naturaleza", estable:

Art. 71.- La naturaleza o también conocida como La Pacha Mama, en donde florece y prospera la vida, tiene derecho a que su existencia sea respetada en su totalidad y al mantenimiento y renovación de sus ciclos de vida, estructura, funciones y procesos evolutivos.

Toda persona, comunidad, pueblo o nacionalidad puede exigir el cumplimiento de los derechos de la naturaleza a la autoridad. Para ejercer y comprender estos derechos, se seguirán los principios estipulados en la Constitución, conforme a lo que sea necesario.

El Estado incentivará a las personas naturales y jurídicas, y a los colectivos, para que protejan la naturaleza, y promoverá el respeto a todos los elementos que constituyen un ecosistema.

Art. 73.- El Estado implementará acciones de prevención y limitación para acciones que puedan llevar a la desaparición de especies, la destrucción de ecosistemas o la alteración permanente de los ciclos naturales.

La introducción de organismos y materiales tanto orgánicos como inorgánicos que puedan modificar de forma definitiva el patrimonio genético de la nación está prohibida.

2.3.2. Biodiversidad y Recursos Naturales

De acuerdo con la Constitución del Ecuador (2008), en el capítulo segundo refiriéndose a "Biodiversidad y recursos naturales", sección primera que menciona "Naturaleza y ambiente" decreta:

Art. 395.- La Constitución reconoce los siguientes principios ambientales:

1. El Estado asegurará un modelo sustentable de desarrollo, ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural, que conserve la biodiversidad y la habilidad de regeneración natural de los ecosistemas, y garantice la satisfacción de las demandas de las generaciones actuales y venideras.

2. Las políticas de gestión ambiental se implementarán de forma transversal y serán de cumplimiento obligatorio tanto por el Estado en todos sus niveles como por todas las entidades naturales o jurídicas en todo el territorio nacional.

3. El Estado asegurará la implicación constante y activa de individuos, comunidades, pueblos y nacionalidades implicadas en la organización, realización y supervisión de cualquier actividad que produzca efectos en el medio ambiente.

4. Si existe alguna duda acerca de la aplicación de las leyes ambientales, éstas se implementarán en la dirección más beneficiosa para la salvaguarda de la biodiversidad.

Art. 396.- El Estado implementará las políticas y acciones adecuadas para prevenir los efectos negativos en el medio ambiente, cuando haya certeza de perjuicio. Si el Estado tiene dudas acerca del efecto ambiental de alguna acción u omisión, incluso si no hay pruebas científicas del perjuicio, tomará medidas de protección efectivas y a tiempo.

La responsabilidad por daños ambientales es objetiva. Cualquier daño al medio ambiente, junto con las penalizaciones pertinentes, conllevará también el deber de recuperar de manera completa los ecosistemas y compensar a las personas y comunidades perjudicadas.

Cada uno de los actores de los procesos de producción, distribución, comercialización y uso de bienes o servicios asumirá la responsabilidad directa de prevenir cualquier impacto ambiental, de mitigar y reparar los daños que ha causado, y de mantener un sistema de control ambiental permanente.

Las acciones legales para perseguir y sancionar por daños ambientales serán imprescriptibles.

De acuerdo con la Constitución del Ecuador (2008), en el capítulo segundo refiriéndose a "Biodiversidad y recursos naturales", sección segunda que indica la "Biodiversidad" establece:

Art. 400.- La soberanía sobre la biodiversidad recaerá en el Estado, cuya administración y gestión se llevará a cabo con responsabilidad entre generaciones.

La preservación de la biodiversidad y todos sus elementos es considerada de interés público, especialmente la biodiversidad agrícola y forestal, así como el legado genético de la nación.

De acuerdo con la Constitución del Ecuador (2008), en el capítulo segundo refiriéndose a "Biodiversidad y recursos naturales", sección tercera que menciona al "Patrimonio natural y ecosistemas" establece:

Art. 404.- El patrimonio natural del Ecuador único e invaluable comprende, entre otras, las formaciones físicas, biológicas y geológicas cuyo valor desde el punto de vista ambiental, científico, cultural o paisajístico exige su protección, conservación, recuperación y promoción. Su administración se regirá por los principios y garantías establecidos en la Constitución y se realizará conforme al ordenamiento

Art. 406.- El Estado regulará la preservación, gestión y utilización sustentable, restauración y restricciones de dominio de los ecosistemas vulnerables y en peligro; entre ellos, los páramos, humedales, bosques nublados, bosques tropicales secos y húmedos y manglares, así como los ecosistemas marinos y costeros.

De acuerdo con la Constitución del Ecuador (2008), en el capítulo segundo refiriéndose a "Biodiversidad y recursos naturales", sección cuarta que indica la "Recursos naturales" establece:

Art. 408.- Los recursos naturales no renovables y, en general, los productos del subsuelo, yacimientos de minerales y hidrocarburos, son de propiedad inalienable, imprescriptible e inembargable del Estado. Esto incluye la biodiversidad, su patrimonio

genético y el espectro radioeléctrico. Estos recursos solo podrán ser aprovechados en estricto acatamiento de los principios

El Estado se involucrará en las ganancias derivadas del uso de estos recursos, en una cantidad que no será menor a la de la compañía que los utiliza.

El Estado asegurará que los procesos de producción, consumo y utilización de los recursos naturales y energía conserven y restauren los ciclos naturales, y propician condiciones de vida dignas.

2.3.3. Áreas turísticas protegidas

Dentro de la Ley de Turismo (2002), en el capítulo sexto refiriéndose a los "Áreas turísticas protegidas", establece:

Art. 20.- Los Ministerios de Turismo y del Ambiente tendrán la responsabilidad de regular el desarrollo de las actividades turísticas en las zonas naturales protegidas; establecer las normas o restricciones para el uso de los turistas; establecer y cobrar tarifas por la entrada, y otros aspectos vinculados con las zonas naturales protegidas que figuran en el Reglamento de esta Ley. El Ministerio de Turismo está obligado a cumplir con los planes de gestión ambiental de las zonas naturales protegidas, establecidos por el Ministerio del Ambiente. Las actividades relacionadas con el turismo y la deportiva en la región insular de las Galápagos se rigen por la Ley de Régimen Especial para la Conservación y Desarrollo Sustentable de la Provincia de Galápagos y el Estatuto Administrativo del Parque Nacional Galápagos.

Art. 22.- La designación del área turística protegida comprende los centros turísticos existentes y las áreas de reserva turística

2.4. Marco conceptual

2.4.1. Diseño

El diseño es esencial en nuestro entorno y posee varias interpretaciones, ya que juega un papel mucho más profundo que simplemente embellecer piezas o soportes; su

verdadero propósito es darle un significado a cómo nos relacionamos con el mundo, cómo concebimos la información y comprendemos su funcionalidad. Wong (2014), en su libro "Fundamentos del diseño" menciona que "El diseño es un proceso de creación visual con un propósito. A diferencia de la pintura y de la escultura, que son la realización de las visiones personales y los sueños de un artista, el diseño cubre exigencias prácticas" (p. 41).

Aunque el diseño tiene la capacidad de crear soluciones estéticamente atractivas que se encuentren fundamentadas en su funcionalidad, también es importante destacar su multiplicidad de funciones y su valor intrínseco:

> Entender el significado del diseño es no sólo entender el papel que desempeñan la forma y el contenido, sino descubrir que el diseño es también un comentario, una opinión, un punto de vista y una responsabilidad social. Diseñar es mucho más que simplemente ensamblar, ordenar, incluso editar: es añadir valor y significado, iluminar, simplificar, aclarar, modificar, teatralizar, persuadir y, quizá, incluso entretener. Diseño es un sustantico y una forma verebal. Es el principio, el fin, el proceso y el producto de la imaginación. (Rand, 1993 citado por Samara, 2008, p. 4)

El diseño, al adicionar un significado y valor por medio de la unificación de la forma y el contenido, se transforma en un canal apto una buena comunicación, que no solo se ve guiado por su practicidad y función, sino que comprende emociones que le aportan de significado y esencia a algo.

2.4.1.1. Elementos del diseño

Los elementos del diseño proporcionan la base para crear composiciones visuales funcionales, llamativas y eficaz de manera coherente, cada uno con un estilo propio que proporciona posibilidades para crear varios efectos.

García Llorente (2016) identifica grupos de elementos:

- Elementos conceptuales
- Elementos visuales

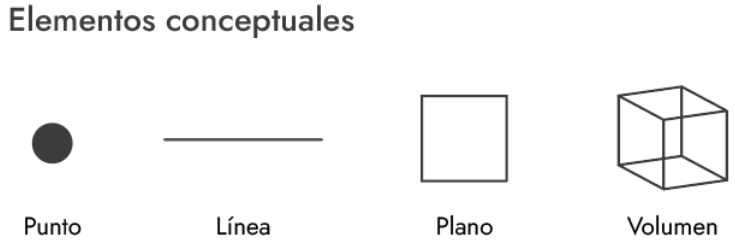
- Elementos de relación
- Elementos prácticos

Conceptuales

Estos elementos podrían describirse como un esqueleto que proporciona la forma y la guía necesaria para la creación al momento de elaborar un diseño. Wong (2014) menciona que no poseen una representación visual o física, pero nuestra mente percibe su presencia.

- **Punto:** muestra un lugar en el espacio. A pesar de no tener dimensión, tiene la capacidad de indicar una posición. Es el comienzo y fin de una línea, y permite que dos líneas se crucen o se encuentren.
- **Línea:** es un elemento en movimiento, una sucesión de puntos que marcan su recorrido, lo que le da dirección y posición. Sirve para crear los bordes de un plano y formas mucho más complejas.
- **Plano:** es una línea en movimiento que, al momento de desplazarse en alguna dirección forma un plano, creando un volumen tridimensional. Posee posición, dirección, así como largo y ancho, pero no posee grosor.
- **Volumen:** cuando un plano se desplaza, su recorrido se transforma en un volumen. Nos permite plasmar objetos en un espacio tridimensional dentro de un diseño bidimensional.

Figura 2. *Elementos conceptuales.*



Fuente: Elaboración propia.

Visuales

García Llorente (2016) menciona que cuando los conceptos abstractos se materializan, dan origen a los elementos visuales, que son el componente más relevante de un diseño, es lo que atrae nuestra mirada. Estos permiten captar la atención del espectador y facilita la comprensión del mensaje.

- **Forma:** es todo lo que podemos mirar a través de nuestros ojos, lo que podemos identificar, diferenciar y entender.
- **Medida:** se refiere al tamaño de una forma, el mismo que es medible, puede ser grande o pequeño con respecto a otros elementos.
- **Color:** permite diferenciar una forma de todo lo que la rodea. Se toma en cuenta el sentido amplio del color, tonalidades y matices.
- **Textura**: se refiere al detalle, la sensación y el aspecto que tiene la superficie de una forma, perceptible al tacto y a la vista.

Son primordiales para que se construya una comunicación efectiva, ya que permiten transmitir emociones, mensajes puntuales y conducen la mirada del espectador a través de jerarquías que ayudan a la comprensión de la información.

Figura 3. *Elementos visuales.*



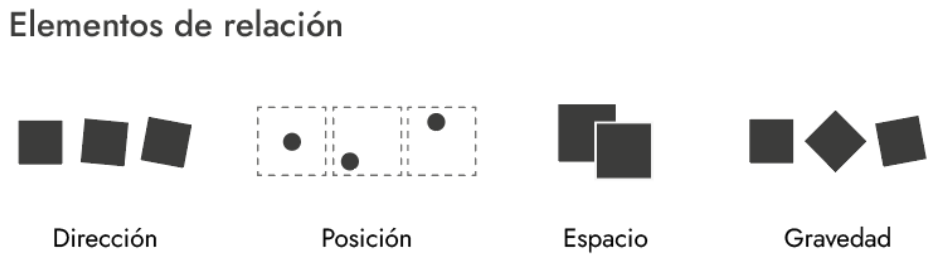
Fuente: Elaboración propia.

De relación

De acuerdo con Wong (2014), estos elementos se fundamentan en el manejo de la ubicación y relación entre las formas, lo que ayuda a organizar los competentes de un diseño de manera armoniosa. Algunos de ellos pueden ser percibidos y otros pueden ser sentidos.

- **Dirección:** se encuentra relacionada con el observador, con respecto al cuadro y otras formas que se encuentran a su alrededor.
- **Posición:** se evalúa en relación con el área que la rodea y otros elementos alrededor.
- **Espacio:** todas las formas ocupan un espacio, el mismo que puede contener algo, estar vacío, ser liso o inexistente, que crean profundidad.
- **Gravedad:** la sensación de gravedad de un diseño es, en realidad, una percepción psicológica, la misma que interviene en la interpretación y sentido visual.

Figura 4. *Elementos de relación.*



Fuente: Elaboración propia.

Prácticos

Los elementos prácticos influyen tanto en el contenido como en el fin que se quiere lograr a obtener con un diseño. García Llorente (2016) los menciona brevemente, pero rescata aspectos importantes a considerar como:

- **Representación:** es todo aquello que proviene de la naturaleza o de algo creado por el ser humano. Es realista, simplificado y semiabstracta.
- **Significado:** es el mensaje que contiene el diseño.
- **Función:** es el propósito con el que se creó o ideo el diseño.

2.4.1.2.Comunicación visual

La comunicación visual tiene la capacidad de crear mensajes memorables universales que traspasan barreras culturales y lingüísticas. Es una herramienta poderosa a la hora de transmitir ideas e información, innata en los seres humanos, que desde temprana edad hemos estamos expuestos a estímulos visuales que aprendemos a entenderlos en nuestra vida cotidiana.

Munari (2016) explica de una manera sencilla y práctica, por medio de ejemplos, la esencia de la comunicación visual:

> Prácticamente es todo lo que ven nuestros ojos: una nube, una flor, un dibujo técnico, un zapato, un cartel, una libélula, un telegrama como tal (excluyendo su contenido), una bandera, etc. Imágenes que, como todas las demás, tienen un valor distinto según el contexto. (p. 63)

De manera similar, se sostiene que “El mensaje en comunicación visual, es el producto de diferentes modalidades de representación que requieren de la conjunción de competencias expresivas distintas: fotografía, gráfica, ilustración, tipografía, etc., teniendo en cuenta sus especificidades de codificación y complejidades técnicas” (Rollié, 2004, p. 28).

Este proceso puede presentarse de diferentes maneras; cada una de ellas posee su singularidad en estilos y formas de representación que pueden combinarse entre sí, lo que facilita mucho más la comprensión y la eficacia del mensaje para las personas.

2.4.2. Diseño gráfico

Es una disciplina que busca proyectar ideas, emoción y mensajes de manera visual a través de imágenes, tipografía, símbolos, colores y formas, que con su correcta aplicación logran una comunicación efectiva. En este sentido "Se podría decir que el diseño gráfico, visto como actividad, es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados" (Frascara, 2006, p. 19).

Costa (2014) se refiere al diseño gráfico como "…una actividad *proyectual*. Todo diseño es fruto de un designio. Está hecho para cubrir funciones, para solucionar problemas y para mejorar la calidad de vida de la gente. Diseño responsable" (p. 7). Esto destaca la trascendencia una buena planificación, que debe estar orientaba hacia un propósito, que mantenga viva su responsabilidad social

También es relevante mencionar que el mensaje que se desea comunicar también se compone de la presencia de símbolos que tienen la capacidad de transmitir significados, ya que "El diseño gráfico es, específicamente, diseño de *comunicación*. Vincula el lenguaje de la *información* con la *semiótica*. Los mensajes son sistemas semióticos. Contienen significados, que son percibidos simultáneamente por las vías semántica y estética. La percepción visual es ambivalente" (Costa, Diseño de Comunicación Visual: el nuevo paradigma, 2014, p. 7).

2.4.2.1.Metodología

Dentro del diseño, existen diferentes metodologías que permite que diseñadores puedan estructurar de manera adecuada su proceso en la creación visual. Su implementación va desde la generación de ideas hasta su materialización, actuando como un gestor de las etapas que conlleva el trabajo, el análisis de contenidos, la toma de decisiones y el sentido de los objetivos que posee un proyecto.

Entre los distintos enfoques metodológicos, Munari (2016) en su libro *"¿Cómo nacen los objetos?: apuntes para una metodología proyectua*l", menciona que "El método proyectual no es más que una serie de operaciones necesarias, dispuestas en un orden lógico dictado por la experiencia. Su finalidad es conseguir un máximo resultado con el mínimo esfuerzo" (p. 17).

Propone un proceso estructurado que se basa en la experiencia, cuyo objetivo es recolectar, analizar y aplicar información de útil desde una visión racional y lógica, permitiendo guiar cada etapa del proyecto por medio de observaciones y datos, que ayudan en la toma de decisiones.

Para Munari (2016), este procedimiento no solo debe dejarse llevar por la improvisación, sino que debe significar un proceso fundamentado, en sus palabras:

> En el campo del diseño tampoco es correcto proyectar sin método, pensar de forma artística buscando enseguida una idea sin hacer previamente un estudio para documentarse sobre lo que ya se ha hecho en el terreno de lo que se debe proyectar, sin saber con qué materiales construir la cosa y sin precisar bien su exacta función. (p. 17)

Dentro de la metodología proyectual se establecen las siguientes etapas:

1) ***Problema:*** se define el problema completamente, estableciendo parámetros y límites que ayudan al diseñador en el proceso creativo, alejando distracciones innecesarias y permitiendo que comprenda el alcance y limitaciones que puede presentar un proyecto.

2) ***Definición del problema:*** todo problema debe definirse en su totalidad para poder establecer qué es lo que se quiere resolver o alcanzar. Esto facilitará establecer y conocer los límites que tiene que considerar el diseñador.

3) ***Elementos del problema:*** descomponer cada elemento en partes más pequeñas del problema ayuda para una mejor comprensión de los mismo, favoreciendo

su resolución a partir de la proporción de soluciones coherentes que permitirán dar respuesta al problema en su totalidad.

4) ***Recopilación de datos:*** reúne todos los datos necesarios para analizar cada elemento del problema.

5) ***Análisis de datos:*** se analiza, critica y evalúa la información y datos recogidos para conocer cómo se les han dado respuesta a subproblemas en algunos casos presentes en los elementos.

6) ***Creatividad:*** mantiene a la idea dentro de los límites del problema, buscando soluciones que puedan funcionar en la realidad, liberándolo de la dependencia de ideas fantasiosas.

7) ***Materiales y tecnologías:*** recopilación de información sobre materiales y tecnologías que el diseñador tiene a la mano para el desarrollo de un proyecto

8) ***Experimentación:*** se experimenta por medio de la prueba de materiales y tecnologías, a través del descubrimiento de su comportamiento y su uso.

9) ***Modelos:*** se realizan prototipos de partes del proyecto, con el objetivo de dar soluciones parciales para evaluar y determinar alternativas que den solución al problema.

10) ***Verificación:*** los modelos se ponen a una prueba en un proceso de verificación a través de una exposición del producto para asegurar la funcionalidad y validez.

11) ***Solución:*** se muestra el producto final, el mismo que debe cumplir con particularidades funcionales y estéticas.

Figura 5. *Metodología proyectual de Bruno Munari.*



Fuente: Elaboración propia.

2.4.2.2.Ramas afines

Comunicación

Actualmente Gavidia Anticona (2015), comenta que el término de comunicación es complejo y posee múltiples interpretaciones o significados, ya que es un tema recurrente de estudio de distintas disciplinas científicas, analizado desde varios enfoques como la lingüística, la antropología social, la psicología, la pedagogía, la sociología, entre otras, lo que amplía su aplicación.

La comunicación es un proceso esencial para que se lleve a cabo la interacción entre los seres humanos en la cotidianidad, a través del intercambio de información, ideas, conocimientos, opiniones y emociones con la intervención de diferentes medios y formas, permitiendo que las personas se relacionen, promoviendo la comprensión entre individuos y grupos, lo cual es primordial para la cooperación, convivencia y desarrollo continuo de una sociedad. Está estrechamente relacionada con el lenguaje, la misma que posee de signos que hacen que la comunicación se materialice y pueda desarrollarse en un contexto adecuado.

Este proceso involucra la participación activa entre varios elementos básicos para que se lleve a cabo el intercambio de información "… se trata de un proceso dinámico, en el que necesariamente participan una fuente o emisor que envía un mensaje a través de un canal o medio a un potencial receptor que, a su vez, puede convertirse también en emisor" (Santos García, 2019, p. 14).

Semántica

Es una disciplina que se enfoca en el estudio y comprensión de los signos de la comunicación humana, con respecto a su intervención en el desarrollo de significados. Involucra elementos que pueden representar algo más, es decir, es la capacidad que tiene el ser humano de atribuir significado a signos, los mismos que deben ser interpretables en la mente de quién lo recibe.

Según Chadler (1998), en su obra "*Semiótica para principiantes*" se establece lo siguiente:

> …la semiótica es, el 'estudio de los signos' (o la 'teoría de los signos'). Involucra el estudio tanto de lo que son conocidos como 'signos' del idioma cotidiano, como de cualquier cosa que 'representa' algo más. En un sentido semiótico, los signos incluyen palabras, imágenes, sonidos, gestos y objetos…Dicho de una manera más sencilla, los semióticos estudian cómo se hacen los significados. (p. 16)

Dicha definición ayuda a entender el papel y la importancia que cumple la semiótica dentro de disciplinas visuales como es en el caso del diseño gráfico, en donde se utilizan signos, imágenes, símbolos, tipografía y colores para transmitir mensajes, ideas, información y significados de manera visual, proporcionando los instrumentos necesarios para analizar como estos signos son interpretados desde la perspectiva del espectador, lo que facilitará efectuar un diseño de manera útil.

Beltrán (2014), alude la importancia de la semiótica en el diseño, señalando que:

> …la semiótica presupone una teoría del significado, que se origina en los sistemas culturales de los usuarios…Cuando el usuario enfrenta un objeto diseñado, es obvio

> que entra en contacto con la realidad, sino con una representación que nace de varias mediaciones, tales como las convenciones culturales, las presuposiciones de contexto, las mediaciones ideológicas y psicológicas, y las materialidades estéticas del objeto (texto) visual. (p. 83)

Medios

Fotografía

Langford & Langford (1990) destaca que "Estamos actualmente tan acostumbrados a la presencia de la fotografía que difícilmente podemos apreciar hasta qué extremo ha ampliado y transformado nuestra visión del mundo. Sin la fotografía, nuestro conocimiento del mismo seguiría limitado al paisaje situado ante nuestra vista" (p. 6).

Una buena fotografía puede evocar emociones, narrar historias, reforzar el concepto visual, y comunicar un mensaje rápidamente. Su uso y manejo debe estar centrado en el entendimiento sobre el contexto en donde será aplicada, ya que eso determinará como el público capta su intención "…la fotografía capta un momento de la realidad, del mundo, de un contexto, de una época, y en ella se reflejan detalles y rasgos que quedarán recogidos en esa estampa" (Alcázar Jiménez, 2016, p. 113). También es considerada no solo como el resultado de un arte, sino una técnica importante que captura la memoria documental, que permite preservar momentos significativos (Restrepo, 2013).

Ilustración

La ilustración se ha transformado a lo largo de los años, pasando de su función inicial como un elemento decorativo para convertirse en una herramienta poderosa de comunicación visual que nos permite transmitir conceptos complejos de una manera simplificada, aplicable en distintos contextos tanto comerciales como artísticos.

Como menciona Sánchez Rojas (2005) una ilustración es imagen que se puede sentir instantáneamente y capaz de acaparar la atención, es un instrumento que embellece una pieza editorial, por su gran habilidad de manifestarse en distintas formas y paleta de colores, comunicando una idea de gran valor estético.

Asimismo, su impacto visual es adaptable a una diversidad de soportes y formatos, ya sea impreso o digital, convirtiéndolo en un recurso flexible que cumple un rol importante en la narrativa visual, capaz de evocar emociones y permitiendo dar rienda suelta la libertad creativa.

Video

Es un sistema de grabación, que se ha desarrollado y evolucionado como una herramienta versátil que fusiona el arte, la expresión visual y la comunicación, a través de una mezcla de diferentes elementos como: imágenes en movimiento, sonidos, textos y gráficos, convirtiéndose en un medio que tiene la capacidad de narrar historias, provocar emociones y captar la atención de un público.

Hay que decir también que el video, inicialmente se encontraba enlazado con la televisión, pero en la actualidad, ha logrado cimentarse como un medio independiente por si propia esencia y particularidad, logrando posicionarse como la opción más recurrente a utilizar a la hora de realizar contenido audiovisual.

> Esta tecnología que se utiliza para el registro, la grabación, el procesamiento, el almacenamiento y la transmisión de imágenes y sonidos, tuvo su nacimiento subordinado a la televisión, a la cual, estaba destinada a servir y complementar. Hoy, el Vídeo, se ha alejado de aquella servidumbre, para obtener su propia autonomía y constituirse en un "nuevo medio" Audiovisual. (Perona, 2010, p. 10)

Además, el video no se lo puede encasillar en su función primaria que es ser un medio visual, sino que también tiene las facultades de ser un recurso interactivo que crea un dialogo entre el creador y su audiencia, permitiendo que se dé una retroalimentación instantánea que servirá de ayuda para mejorar su impacto.

> El video es un medio de difusión masiva dirigido a un público homogéneo, con intereses comunes, que generalmente es concentrado en un lugar determinado para su proyección, acompañado de presentaciones orales y debates, entre otros, lo cual favorece que sus realizadores tengan una retroalimentación inmediata de su trabajo. (Monteagudo Valdivia, Sánchez Mansol, & Hernández Medina, 2007, p. 1)

Impresión

La impresión es el resultado de la reproducción de imágenes y texto, lo que permite su experimentación en una gran variedad de soportes. El proceso detrás de la impresión es fundamental, ya que da origen a un resultado funcional que adquiere mayor significado a través de la elección de materiales, colores y técnicas, creando piezas llamativas que poseen su propia esencia.

"La impresión es un caso especial entre los medios artísticos. La gran variedad de materiales y técnicas que puede utilizarse la convierten en un medio particularmente flexible y lleno de recursos, que ofrece al artista muchas posibilidades de experimentación y expresión" (Dawson, 1996, p. 6). Su adaptabilidad hace que se adapte a diferentes soportes que requiere un proyecto, creando una innovadora plataforma que da paso a la comunicación visual.

Digital

El acelerado y creciente avance de la tecnología ha transformado nuestro mundo, y el campo del diseño gráfico no es la excepción a lo que respecto los medios digitales. La relación existente entre estas dos áreas es primordial para la exploración de diversas posibilidades creativas y visuales, que fomentan el origen de nuevos dispositivos y herramientas digitales que se puedan adaptar al trabajo del diseñador. Como mencionan Zappaterra & Caldwell:

> … las publicaciones digitales están evolucionando a gran velocidad y suponen nuevas oportunidades para diseñadores editoriales, editores y anunciantes. La nueva familia digital la conforman las páginas web, los móviles, las tablets Android y el iPad. Las aplicaciones (apps) permiten a los diseñadores incorporar imágenes en movimiento e interactividad a los periódicos y las revistas digitales. Mucha gente lleva encima dispositivos móviles, lo que hace que haya publicaciones con un mayor seguimiento en su versión digital que en papel (p. 23).

Esta relación ha hecho que la presencia de las publicaciones digitales evolucione rápidamente, abriendo nuevas posibilidades y oportunidades para que los profesionales

del diseño se adapten a las tendencias y preferencia del público, incorporándolas de manera efectiva a su labor cotidiana.

> El diseño depende completamente de su relación con la tecnología para poder actuar, ya que en función del avance tecnológico dispone de nuevos espacios. La relación entre el diseño y la tecnología ha estado presente desde siempre, cada época está caracterizada por los avances que se tenían en ese tiempo y cómo el diseño gráfico adoptó los recursos para generar nuevas alternativas visuales (Sánchez Ramos, 2009, p. 2).

2.4.2.3.Áreas afines

Señalética

Aunque a veces pasa desapercibida, la señalética es un componente importante de nuestra vida cotidiana, ya que se enfoca en el análisis de técnicas comunicativas a través de creación y uso de señales que se encargan de guiar, situar e informar a las personas dentro de un espacio determinado. Entre sus objetivos se pueden mencionar que busca mejorar la experiencia de usuario, satisfacer las necesidades de información y la comprensión del entorno, haciéndolo mucho más accesible y navegable que responde al comportamiento de los individuos.

Señalética es la parte de la ciencia de la comunicación visual encargada de estudiar las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y los comportamientos de los individuos. De modo simultáneo, es la técnica que organiza y regula estas relaciones. En este sentido, la señalética responde a la necesidad de información o de orientación provocada por el fenómeno contemporáneo de la movilidad social y la proliferación de ser- vicios públicos y privados. (Sánchez Avillaneda, 2005, p. 57)

D'Ortenzio (2020) señala que es importante diseñar la señalética, de lo funcional como un sistema accesible, intuitiva y fácil de entender para todos, que impulse la diversidad, la inclusión y la adaptabilidad dentro de los espacios. Este diseño debe ir más allá de lo funcional, atendiendo necesidades físicas, emocionales y cognitivas de los usuarios, facilitando así su movilidad y su interacción en diferentes escenarios.

Es muy recurrente que la señalética sea confundida con la señalización, por lo cual es fundamental mencionar sus diferencias individuales con respecto a su naturaleza, lenguajes, funciones y técnicas. Costa (1989) en su obra "*Señalética: de la señalización al diseño de programas*" hace énfasis sobre esta disparidad y recopila datos importantes que pertenecen del médium señalético:

- Es el resultado de la movilidad social, de los cambios de la sociedad actual y por la variedad de servicios para las personas.
- Es una disciplina que aplica la distribución de los diferentes tipos de espacios para orientar a las personas, en especial en lugares donde se prestan servicios.
- Su objetivo es la información eficaz y confiable
- Se comunica a través de la distribución lógica de mensajes, que atraen la atención voluntaria del usuario en espacios estratégicos.
- No busca llamar la atención de manera exagerada ni con el objetivo de impresionar al público, sino cumplir una función práctica.
- Hace uso de un lenguaje claro, con un solo significado y evita contener elementos visuales complejos.
- Es una evolución práctica de la señalización
- Muestra más información tratando de utilizar menor cantidad de elementos, lo que permite que el usuario pueda entenderlas fácilmente.
- Ayuda a crear una marca más reconocible y se combina con el entorno en el que se encuentra.
- Su presencia es silenciosa, es discreta.

Tipografía

Es una disciplina que supone una cuidadosa consideración en cada elemento visual, ya que no solo se limita e involucra en la elección de una fuente, sino que transforma la

manera en que el texto es observado y comprendido por el público. Según Gareca Hurtado (2011), menciona que:

> La tipografía es el oficio que trata el tema de las letras, números y símbolos de un texto impreso (ya sea sobre un oficio físico o electromagnético), tales como su diseño, su forma, su tamaño y las relaciones visuales que se establecen entre ellos. (p. 7)

Es importante mirar a la tipografía más allá de su sentido estético, sino que se debe mostrar las facilidades que esta aporta en la lectura y la comprensión, en donde exista una primacía en la claridad en la interpretación en la accesibilidad para que el mensaje que desea ser transmitido no presente ningún obstáculo que le haga carecer de sentido. “La tipografía está sometida a una finalidad precisa: comunicar e informar por medio de la letra impresa. Ningún argumento, ni consideración puede librarla de este deber. La obra impresa que no puede leerse se convierte en un producto sin sentido” (Ruder, 1982 citado por Gómez Romero, 2023, p. 6).

Además, su desarrollo es la muestra de cómo la sociedad se ha ido adecuando y evolucionando en la comunicación humano, trazando un puente entre lo antiguo y lo moderno.

> La tipografía es una evolución de la palabra escrita y, como tal, participa en una historia de la comunicación visual que se extiende a lo largo de miles de años. Esa evolución se presenta aquí en forma de una línea de tiempo que traza un desarrollo desde la práctica manual a la mecánica y a la digital, en el contexto de acontecimientos históricos mundiales y artísticos. (Carter, Meggs, Day, Maxa, & Sanders, 2014, p. 1)

La tipografía se enfoca en transmitir información a través de las palabras, lo que permite un atribuirse un valor único dentro de las artes gráficas que dan forma y sentido al lenguaje visual.

> Es el arte o técnica de reproducir la comunicación mediante la palabra impresa. Comprende pues, la realización de libros, revistas, periódicos, folletos, opúsculos,

> posters, anuncios, rótulos cualquier cosa impresa en suma que se comunica a los demás mediante palabras. Comunicar mediante imágenes, es decir dibujos o símbolos, en oposición a palabras, es una técnica diferente. (McLean, 1993, p. 8)

Diseño Publicitario

El diseño publicitario actúa como un canal ideal para la comunicación visual, ya que posee la capacidad de transmitir que dan a conocer los productos o servicios de una marca o empresa con una finalidad en concreto. Esto se logra mediante el análisis y elección de los elementos visuales más adecuados para un público objetivo en particular. Según Morales Holguín (2020) explica:

> …como la publicidad es un artefacto comunicativo muy potente, a través del cual organizaciones productoras o marcas consolidan sus posiciones y hegemonía a través de dicho engranaje y donde las tecnologías, sobre todo las digitales, juegan un papel decisivo. Esto ha permitido a la publicidad en general, y al diseño publicitario en particular, manifestarse desde nuevas realidades con oportunidades insospechadas, caracterizadas por un cambio paradigmático, la transición de la unidireccional a la bidireccional y multidireccionalidad (p. 6).

"La publicidad no es el lenguaje de lo verdadero, sino de lo verosímil y lo simbólico, sobre los que se intenta construir un modelo de comportamiento" (Moles & Costa, 1999, p. 13). Su enfoque es transmitir mensajes creíbles que conecten con las personas, lo que permite moldear sus comportamientos por medio del diseño de estrategias publicitarias que apelen a su lado emocional, social y cultural.

Diseño Interactivo

El diseño interactivo es fundamental tanto para la experiencia de usuario como para el mundo digital, ya que permite el desarrollo de la interacción con los usuarios para construir conexiones mucho más fluidas, de manera dinámica y eficiente.

Donoso Araujo (2020) explica que:

> El diseño interactivo es un concepto más amplio: cubre la interacción entre el usuario y el sistema, pero principalmente estudia cómo se produce dicha interacción… la información fluye desde el usuario hacia el objeto o el sistema y cómo responde el objeto o el sistema a dicha acción del usuario. Es una comunicación bidireccional, un flujo de acción y respuesta; esta comunicación puede ser en forma de animación, de sonidos, de vibraciones, de videos, de colores y de textos. (p. 4)

Este proceso que se lleva a cabo por el intercambio de información dentro del diseño interactivo genera un entendimiento más profundo sobre las preferencias y oportunidades dentro de un público, que permite a los diseñadores, por medio de la retroalimentación instantánea que nos brinda las nuevas tecnologías, crear y ajustar vivencias inmersivas memorables centradas en el usuario.

Identidad Corporativa

Básicamente, la identidad corporativa es el reflejo más puro que muestra los propósitos, valores y personalidad dentro de una empresa, lo que hace que marque un factor distintivo frente a la competencia que genera confianza y construye una reputación mucho más sólida. “La identidad corporativa es el ser de la empresa, su esencia…” (García Llorente, 2016, p. 12).

Una identidad diseñada coherentemente le otorga un factor clave capaz de descifrar sus ideales, la imagen que desean proyectar y establecer un sentido de pertenencia, para que sea una puerta de acceso que permita construir y establecer vínculos duraderos con las personas. Cucchiari (2019) menciona que:

> …identidad corporativa debe agregar valor y ser coherente y fiel con aquello que se quiere representar, percibiendo nítidamente las características culturales que posee la empresa, además de tener presente la imagen que se quiere proyectar ante su entorno: la identidad de una organización se materializa a través de una estructura y se presenta como imagen. (p. 18)

Los componentes visuales que posee una empresa dentro de su identidad visual se comportan como elementos que tienen un significado simbólico, que cuentan con la capacidad de comunicar la esencia de una marca. Según Barriga Barriga (2010):

> La identidad de una empresa se encuentra en los nombres, logotipos y colores que la empresa utiliza para distinguirse a sí misma, a sus marcas y a sus empresas asociadas. En cierto modo éstos tienen el mismo propósito que los iconos religiosos, la heráldica, las banderas nacionales, y otros símbolos: encierran en sí mismos sentimientos colectivos de pertenencia, y los hacen visibles. Además, ofrecen hasta cierto punto, una garantía de calidad estándar consistente, y contribuyen a acrecentar la lealtad de los clientes y otros públicos objetivo. (p. 3)

> Es importante reconocer que a pesar de que la identidad corporativa cumple un rol esencial, resulta preocupante que no se opte por integrarla como un pilar poderoso dentro de la estrategia comunicacional, ya que puede generar confusión y debilitar su posicionamiento de una marca dentro del mercado. Como señalan Pintado Blanco & Sánchez Herrera (2013) "…es uno de esos factores dentro de las organizaciones que todo el mundo considera fundamentales y, sin embargo, no siempre se cuidan como merecen" (p. 13).

2.4.3. Diseño Editorial

La esencia del diseño editorial no solo se ve influenciado en lo estético, sino que también se basa en la organización eficiente de la información, buscando mantener en equilibrio aspectos visuales con su función comunicativa, asegurando su legibilidad y atractivo visual de la publicación. Como explica Ghinaglia (2020):

> El diseño editorial es la rama del diseño gráfico que se especializa en la maquetación y composición de distintas publicaciones tales como libros, revistas o periódicos. Incluye la realización de la gráfica interior y exterior de los textos, siempre teniendo en cuenta un eje estético ligado al concepto que define a cada publicación y teniendo en cuenta las condiciones de impresión y de recepción. (p. 2)

Uno de los aspectos más sobresalientes, es su competencia de adaptación para dirigirse a diferentes audiencias y publicaciones que les permita navegar de forma intuitiva, ya que se deben tomar en cuenta adaptaciones que se acoplen a ellos a través del manejo de la jerarquía visual, elección tipográfica y la distribución de los contenidos.

> El diseño editorial posee características y elementos únicos para un público determinado, como pueden ser el formato, la composición, el contenido de las páginas, entre otros, e incluso la jerarquía de los cuerpos de textos para tener una noción de cómo irán estructurados y distribuidos. Para que cualquiera de estos medios proyecte una sensación de unidad, debe seguir un patrón único. A partir de conceptos se crean estilos para diferenciar reproducciones unas de otras, esto es muy valioso para el diseñador porque cada publicación realizada tendrá un estilo único (Guerrero Reyes, 2016, p. 7).

Esto indica que el mundo editorial ha evolucionado y adaptado a las nuevas tecnologías, trayendo consigo grandes posibilidades para explorar formatos y plataformas, para estar más cerca del público que consume este tipo de contenido. “El marco del diseño editorial ya no está limitado por los bordes rectangulares de las hojas de papel impreso, hoy en día es cada vez más frecuente interactuar con él a través de dispositivos móviles” (Zappaterra & Caldwell, 2014, p. 7).

Además, el proceso editorial conlleva la involucración de varios profesionales que aportan su experiencia para dar vida a la idea final, hasta que llega a las manos de los lectores, ya que abarca desde su conceptualización hasta la creación del diseño. Alcázar (2016) destaca que:

> …el proceso editorial requiere de un trabajo enorme que evoluciona según una serie de pasos, que van desde la idea de escribir un libro hasta que esa obra se expone en la estantería de un establecimiento, pasando por muchas personas que trabajan en que ese proyecto consiga difundirse y llegar al consumidor. (p. 12)

2.4.3.1.Anatomía

Cubiertas

La cubierta de una publicación actúa como su carta de presentación, determinando si es de interés y capta la atención de una persona o si es ignorada. Si logra cautivar su atención, significa una invitación a tomar en sus manos una publicación que incita a explorar su contenido en poco tiempo.

> Piensa en los miles de libros y revistas que hay en el mercado. Cuando vas a un quiosco o una librería, recorres con la mirada las estanterías en cuestión de segundos, y si no hay nada que te llame la atención al momento, sigue adelante. Para el diseñador, esos segundos son cruciales, ya que proporcionan la oportunidad clave de vender el trabajo a un posible lector, lo cual es todo un reto. (Bhaskaran, 2008, p. 46)

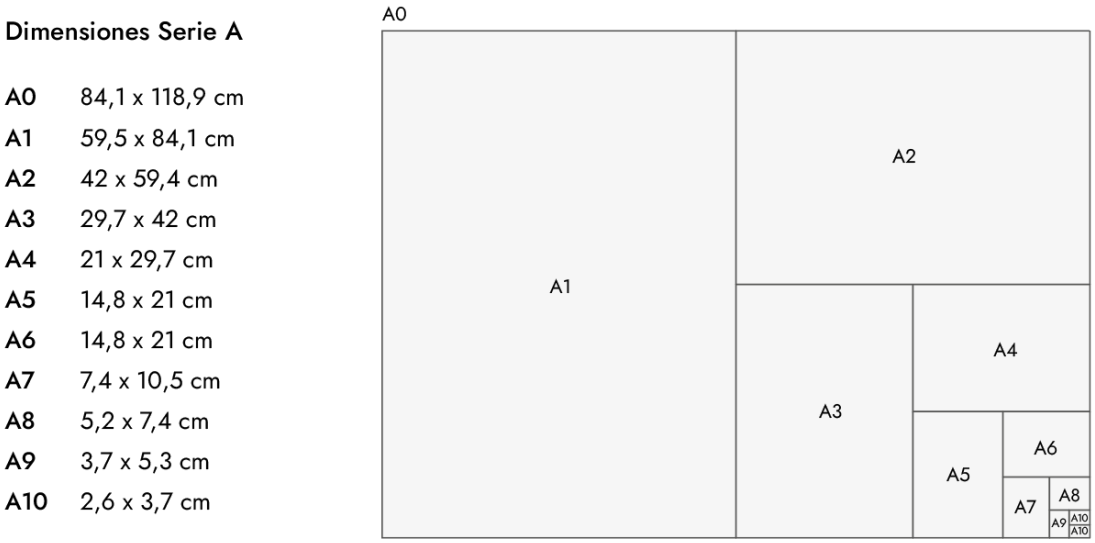
"La función que cumple la cubierta de un libro es doble: ofrecer una idea global del contenido de la obra y atraer a clientes potenciales mediante su diseño" (Gutiérrez Almenara, 2023, p. 1). Por lo tanto, se debe tener consciencia que se necesita establecer un equilibrio entre el diseño y la comunicación visual, para poder mostrar un concepto coherente sobre la temática de la publicación que el lector va a encontrarse. "Es decir, a través del embellecimiento del lenguaje (figuras retóricas) se va a conseguir ofrecer un diseño de cubiertas o portadas de revistas/libros más atractivo y sin olvidar su fin último; persuadir para consumir visualmente" (Gómez Gómez, 2016, p. 103).

Formato

Los formatos hacen referencia a los tamaños estandarizados en los que se pueden imprimir documentos, regulados por estándares internacionales que incluyen en la legibilidad, portabilidad y practicidad del documento. Bhaskaran (2008) los define como la "…manifestación física de una publicación. En pocas palabras, es la manera en la que presenta la información…Dentro de estos formatos genéricos, los diseñadores pueden cambiar elementos específicos, como tamaño, forma o grosor para dar al trabajo una dimensión añadida…" (p. 52).

El formato más utilizado es la serie A de la norma ISO 216," cuyo fin era el de conservar la proporción entre el ancho y el alto de los formatos", (Adobe, n.d.). Estos formatos son la mitad del anterior, comenzando desde el formato A0 hasta la A10, siendo el A4 uno de los más populares por su manejabilidad.

Figura 6. *Dimensiones de tamaño de papel Serie A.*



Fuente: Elaboración propia.

Jerarquía y Maquetación

Dentro del diseño gráfico, haciendo hincapié en la organización de la información visual, la maquetación es imprescindible dentro de una pieza gráfica, ya que les proporciona un orden lógico y estético a los elementos dentro de ella, estableciendo una estructura equilibrada que cumple una función en específico. Según Castro Tirado (2016) "…la maquetación es la disposición ordenada e intencionada de un conjunto de elementos (texto, fotografías, diagramas y otros) en un espacio concreto"

Al momento de planificar un diseño, es importante comenzar a partir de un boceto que permita visualizar de manera breve, la composición en el espacio. Farratell Castro (2015) señala que:

> Para maquetar cualquier tipo de producto se debe partir siempre de un boceto, a ser posible realizado sobre papel. Al iniciar un proyecto se debe realizar una estimación del valor de este, es decir, cuánto tiempo va a llevar, calidad y cantidad del producto. Por tanto, y tratándose de productos complejos, es muy importante prever con antelación y a grandes rasgos el estilo, la composición y todas aquellas características importantes que los definirán. (p. 12)

Asimismo, La jerarquía se refiere a cómo el diseñador hace uso de diferentes tipografías con el objetivo de guiar al lector a través de la maquetación de forma intuitiva. En resumen, cuanto más grande y destacado es un elemento, más relevante será su orden dentro de la jerarquía (Bhaskaran, 2008).

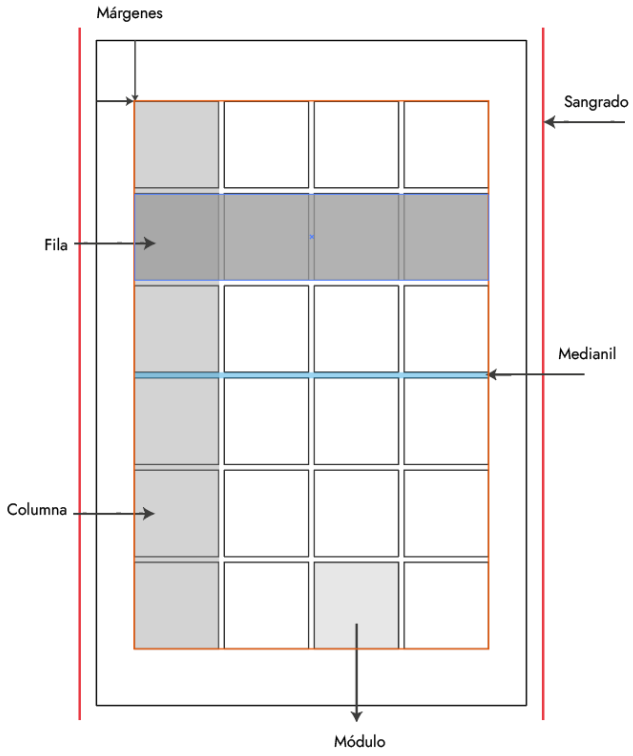
Retículas

Según Bhaskaran (2008) en su obra "¿Qué es la retícula en diseño gráfico?", comenta que, dentro del diseño gráfico, una de las herramientas más importantes es la retícula, ya que a pesar de que conlleva tiempo y esfuerzo, facilita la planificación y evita caer en errores imprevistos que representen trabajo posteriormente.

> Similares a los planos en arquitectura, las retículas o cuadrículas son conjuntos invisibles de guías o sistemas de coordenadas que ayudan al diseñador a determinar la ubicación y el uso del texto, las imágenes y otros elementos como los blancos de página, los márgenes y los folios. Contribuyen a mantener la continuidad, pero dejan también un margen para la variedad en la maquetación. (Zappaterra & Caldwell, 2014, p. 115)

El uso de la retícula cuadrícula apropiada, al momento de empezar con la maquetación de un producto editorial, proporciona una estructura flexible y adaptable, que permite ordenar los diferentes elementos visuales de manera que sean fáciles de seguir y entender para el espectador, mejorando su legibilidad, consistencia visual, coherencia y equilibrio dentro del trabajo.

Figura 7. *Partes básicas de una retícula.*



Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo, se debe evitar caer en ciertos patrones para mantener el interés de los lectores cuando se cae en el error de mantener un diseño repetitivo u estático. Alcázar Jiménez (2016) menciona al respecto que “hay que tener cuidado en lastrar un modelo en la publicación durante mucho tiempo y repetición, ya que puede que dé como resultado una monotonía de diseño que caiga poco a poco en el tedio estético” (p. 209).

Tipografía

La tipografía, aunque a simple vista puede parecer sencilla, es una herramienta que posee relevancia en la comunicación, cuyo objetivo es transmitir mensajes objetivos y subjetivos por medio de la palabra, de manera ordenada, considerándola un recurso indispensable y recurrente en nuestra vida cotidiana. Como bien señala Zappaterra &

Caldwell (2014) “La legibilidad y la funcionalidad son las principales cualidades que hay que tener en consideración a la hora de escoger la tipografía de un texto, dada su vital importancia en la transmisión del mensaje editorial” (Zappaterra & Caldwell, 2014, p. 176).

Así pues, se considera un elemento clave que, a través del juego dinámico de familias tipográficas y la adecuada elección de manera estratégica, tiene la capacidad de reforzar, definir y establecer el estilo y el tono que llevará la publicación, permitiendo que el lector construya una percepción de la obra en base al impacto visual y emocional.

> … La paleta tipográfica provee de estilo a una publicación y abre la perspectiva de la expresión. Desde mi punto de vista, en la selección tipográfica se juega la suerte del proyecto. A partir del maridaje entre distintas familias y sus variables surge el clima, el humor de la página. (Catopodis, 2012, p. 1)

El poder sugestivo que posee el manejo e implementación de la tipografía hace que le otorgue la capacidad de “hablar” de distintas maneras, logrando interactuar con el lector para que sea capaz de interpretar el contenido. Castro Tirado (2016) menciona que “La tipografía transmite mensajes ‘ocultos’. Los tipos poseen esta habilidad única para gritar, susurrar, persuadir, preguntar o solicitar. La manera como se reúnen las letras para crear palabras puede afectar sustancialmente la forma en que absorbemos el mensaje” (p. 48).

Existen familias tipográficas que, a través de sus particularidades únicas, tienen la capacidad de dar respuesta a diversos propósitos comunicativos. Alcázar Jiménez (2016) propone la siguiente clasificación:

- **Serif:** posee un grosor variable, con remates estilizados que se conocen como serifas, que dan fluidez y continuidad en la lectura.
- **Slab Serif, Mecana o egipcia:** similares a la Serif, pero con una apariencia mecanografiada, con trazos más toscos y marcados.

- **Sans Serif:** también **c**onocidas como "palo seco", cuentan con un trazo uniforme, son neutras, minimalistas, sobrias, ordenadas, modernas que denotan seguridad y limpieza.

- **Script o manuscrita:** tienen la apariencia de la escritura a mano. Las primeras son refinadas y artificiosas, las segundas son formales y naturales.

- **Display o de exhibición**: creadas con el fin de resaltar un diseño; es de uso decorativo.

Imágenes

Las imágenes cumplen un rol integral en la identidad visual de una publicación, dado que se comporta como una canal para comunicar ideas, influir en el lector y generar una experiencia visual implícita con un propósito. Como menciona Bhaskaran (2008):

> La forma de usar las imágenes en las publicaciones depende de toda una serie de factores, como quién es el público objetivo de la publicación o que función tendrán dichas imágenes. En general, una imagen posee muy poco tiempo para comunicar un mensaje, así que es imperativo que el diseñado elija el tipo de imagen más adecuado según la ocasión. (p. 74)

La imagen no solo quiere mostrar que cumple su fin visual, sino que es la representación de la realidad. Esto implica que se puede generar un ambiente de confianza y credibilidad, pero al mismo tiempo, puede interceder en cómo se puede interpretar esa realidad según en el contexto que se la utilice. "… la imagen en su carácter de índice-icónico o icono-indicial funciona como atestiguamiento y representación de una realidad externa a ella, lo que sigue es que puede ser tomada como verdadera…" (Triquell, 2012, p. 21).

En definitiva, es importante tener presente que la saturación de contenidos dificulta que el mensaje sea comprendido en su totalidad, más aún cuando existe el bombardeo de representaciones gráficas que impiden mantener la atención del público. Es por esto por

lo que se debe pensar en el rol e importancia que las imágenes pueden aportar en una publicación, como puede modificar su sentido y enfoque en su manipulación.

> Más allá del tópico de la imagen que vale más de mil palabras, debemos tener en cuenta como profesionales que el ciudadano consume a diario una cantidad ingente de información visual. Para que nuestra imagen sea óptima en eficacia debemos valorar todos los factores individuales y colectivos que intervienen en el proceso de percepción visual. (Santos Orcero, 2014, p. 51)

Color

El color se posiciona como un elemento fundamental dentro del área del diseño gráfico, ya que posee un impacto característico en la apreciación de un mensaje visual. Cada color tiene una connotación psicológica y cultural diferente, que influyen en nuestro estado de ánimo, carácter y nuestra manera de percibir los objetos. El uso del color tiene el poder de establecer una identidad visual, destacar elementos y generar emociones por su cualidad persuasiva, sin embargo, su correcta aplicación no siempre garantiza su éxito al momento de las ventas. Zappaterra & Caldwell (2014) señalan que:

> Conviene recordar que, aunque cualquier color pueda emplearse para subrayar y enfatizar y aunque algunos colores específicos puedan tener significados simbólicos o despertar emociones y recuerdos usar el color como herramienta para vender la publicación tiene pocas garantías de éxito La razón es simple el color es algo tan personal que las asociaciones que provoca dependen de infinidad de factores. (p. 72)

Desde una perspectiva técnica, el manejo del color tiene base en modelos específicos que ayudan a una implementación correcta tanto en medios digitales como impresos. Alcázar Jiménez (2016) explica tres modalidades clave:

- RGB: utiliza los colores primarios rojo, verde y azul. La combinación de estos colores con diferentes niveles de luz puede dar como resulta el negro, gris y blanco.

- CMYK: son los colores cian, magenta, amarillo y negro, los mismos que pueden generar una amplia gama de tonos.

- HSV: permite ajustar el color a través del brillo, tono y saturación. Se refiere a la generación de colores a partir del manejo del valor e intensidad.

Además, el color posee un impacto profundo en la experiencia del lector y en el diseño, ya que genera sensaciones y expone emociones, conectando de manera directa con el público y con la historia que se desea transmitir. A través del uso adecuado del color, se puede embarcar al lector en una experiencia que se va más allá de lo bidimensional, transportándolo a la escena que busca transmitir un mensaje (Ghinaglia, 2020). La psicología del color respalda estos efectos, argumentando que las diferentes tonalidades que se pueden generar poseen la capacidad de influir en el estado de ánimo y las decisiones del espectador. Heller (2007) habla sobre los significados más comunes asociados a los colores más representativos

- Azul: es el color con más adeptos. Transmite simpatía, amistad, confianza, armonía, fidelidad, lejanía, frío; es el color de lo eterno, de lo divino

- Rojo: es el color de todas las pasiones: odio, amor, timidez, enamoramiento y enojo. Se asocia con la fuerza vital, la pasión, la revolución, la fuerza, la agresividad y el peligro; es el color de la protección de miradas malignas.

- Amarillo: está relacionado con experiencias y símbolos relacionados con el Sol, la luz y el oro. Transmite optimismo, enojo, mentira, envidia, riqueza, poder, abundancia y la fuerza.

- Verde: es el color de la naturaleza y la armonía. Transmiten juventud, nueva vida, esperanza, suerte, crecimiento, fertilidad y frescura.

- Naranja: es el color al que se le atribuyen más aromas, de la diversión, de la sociabilidad, la alegría, lo llamativo, la lujuria, la sensualidad, y lo divino.

- Violeta: es el color que raramente se ven en la naturaleza el color del poder y la teología. Transmiten humildad, extravagancia, misterio, nostalgia, vanidad, magia, sensualidad, sentimiento, abstinencia y espiritualidad.

- Rosa: es dulce, delicado, escandaloso y cursi. Es el color de la amabilidad, el encanto, la cortesía, la delicadeza, la ilusión, los milagros y del amor puro.

- Blanco: es el color del bien y de la perfección. Tiene la capacidad de transmitir verdad, honradez, bien, limpieza, pureza, paz, inocencia y luto.

- Negro: el color de la violencia, el poder, la negación, la elegancia, la eternidad, la satisfacción, la solemnidad, el lujo y la muerte.

- Marrón: Es un color que evoca lo acogedor, la necedad, lo corriente, lo feo, lo antipático, de la pereza, lo anticuado y del amor secreto.

Encuadernaciones

Se denomina encuadernación al proceso de cosido, fijado y pegado de cuadernillos, que tiene como finalidad preservar y honrar el libro para su manipulación, uso cotidiano y comodidad. Para López Iglesias (2014) :

> La encuadernación y acabados forman parte del proceso final de la producción gráfica. Pese a ello, son fases que deben tenerse muy claras desde el principio de un proyecto y la fase de diseño, puesto que influyen desde el primer momento. (p. 112)

A lo largo de la producción gráfica, tanto el tipo de encuadernación como los acabados finales actúan dentro del aspecto visual y su funcionalidad del producto final. Elegir el tipo de encuadernación permite determinar la durabilidad como el atractivo que puede obtener el producto. Por ello, existen diferentes tipos de encuadernación, cada una con sus características únicas que se adaptan al estilo y necesidad del proyecto, como lo menciona Sánchez (1978) , quien ofrece un listado de las clases a continuación:

- Encuadernación rústica: el libro no tiene tapas ya que es cosido con puntos salteados y ligeramente encolado en el lomo; no es perdurable.

- Encuadernación cartoné: cuenta con un mejor cosido y se coloca una tira de tela para reforzar el lomo. Los cantos están refilados y sus tapas tienen cartón forrado con papel.

- Encuadernación pasta entera: el lomo y cada una de sus tapas están cubiertas con un solo material.

- Encuadernación media pasta: las tapas están forradas de cartón con tela o papel y el lomo está hecho de cuero.

- Encuadernación media tela: similar a la media pasta, pero tanto el lomo como las punteras se encuentran forradas con tela. El producto final puede estar cubierto de papel fantasía o cuero.

- Encuadernación inglesa: hecha con piel o tela con tapas duras o flexibles.

- Encuadernación a la holandesa: es un libro encuadernado en media pasta, con su lomo cubierto de piel y las tapas revestidas con papel jaspeado o algún otro material.

- Encuadernación en plástico: utilizada para tapar catálogos comerciales, panfletos, entre otros.

- Encuadernación de bibliófilo: se diferencia de los demás por su detalle en su elaboración y la calidad de los materiales empleados. Poseen la marca del encuadernador.

2.4.3.2.Productos

Libros

El libro, a lo largo de la historia, ha sido una de las formas de transmisión de conocimiento más duradera a diferencia de otros productos editoriales y que cubre una amplia variedad de temáticas y géneros literarios, que son una fuente inagotable de información, ideal para el aprendizaje. Para Guerrero Reyes (2016):

> El libro es una publicación impresa muy distinta a la revista de carácter formal o semiformal, que trata de vincular contenidos de carácter informativo y no de publicidad. El libro es considerado un material de apoyo por su variedad de información y sus diferentes temas a tratar, incluso pueden tener varios géneros literarios. Se podría clasificar a los libros de esta forma. (p. 41)

Cada elemento dentro del libro debe apoyar el contenido y facilitar su lectura para que sea fluida y enriquecedora, especialmente cuando se trata de libros que posee contenido visual. Como establece Bhaskaran (2008):

> Es imperativo que cualquier diseñador esté familiarizado con el contenido del libro desde el principio, ya que el formato, estructura y concepto de diseño final deben estar relacionados con él. En general, los libros que sólo presenta texto plantean menos problemas fundamentales que aquellos repletos de imágenes. (p. 88)

Igualmente, es necesario conocer sobre las particularidades que diferencian al libro como un soporte único y que lo hace diferente ante otros soportes. Ghinaglia (2020) propone las siguientes características:

- Contiene información detallada y extensa que va acompañada con imágenes; no perecedera.
- Es posible leerlo más de una vez.
- Menor frecuencia de reproducción, usualmente debido a ediciones.
- Se usa diferentes materiales, adaptado al proyecto publicado.
- Impresión en color, blanco y negro o en una mezcla de las dos.

Folletos

Un folleto es una herramienta con fines informativos, divulgativo y promocionales. Se caracteriza por ser una publicación impresa que va de 4 a 48 páginas, su contenido no es especializado ni técnico, tiene una escritura fácil de comprender y busca captar la atención del público a través del uso de la información de manera general. Estas publicaciones no

son periódicas, sino que aparecen cuando existen requerimientos de comunicar un mensaje (Parrales García, 2013).

Según su composición, tamaño y el tipo de mensaje, el folleto puede inclinarse por diversas formas de presentación. García Llorente (2016) menciona los más usuales:

> Un folleto tipo díptico consiste en un impreso doblado una sola vez que muestra tres o cuatro páginas y dos hojas impresas por sus dos caras y se dobla en forma de libro. La diferencia entre un díptico y un tríptico es que el díptico se dobla una vez, y el folleto tríptico se dobla dos veces. (p. 52)

Por lo tanto, es básico tener en cuenta la estrategia de distribución correcta para incrementar la probabilidad de que el mensaje llegue un público objetivo en el momento preciso. Iñigo Dehud & Makhlouf Akl (2014) comenta que:

> En marketing, el folleto es una forma sencilla de hacer publicidad a una compañía, producto o servicio. Su forma de distribución es variada: se puede situar en el punto de venta, mediante envío por correo o incluyéndolo dentro de otra publicación de venta. (p. 21)

Guías

Las guías turísticas han comenzado a llamar la atención como herramientas primordiales dentro del ámbito del turismo, a pesar de que, estudiosos de esta área han realizado numerosas menciones sobre las guías, el análisis sobre su influencia y teoría detrás de este producto es muy escaso, y su conceptualización aún no se ha explorado ni detallado a profundidad (Peel & Sørensen, 2016).

Por lo tanto, el concebir una guía turística no solo implica la recopilación de información, sino también la consideración de varios elementos fundamentales para lograr un producto efectivo. Elaborar una guía, implica, en primer lugar, reconocer al público al que va dirigida y como el contenido tenga una función informativa y entretenido para la audiencia, lo que nos ayudará a definir un formato en concreto, los temas que se tomarán en cuenta y encontrar un estilo de escritura comprensible (Hudgins, 2007).

Estas guías tienen el poder de adaptarse a diversas formas, desde publicaciones hasta plataformas digitales, mostrando información y experiencia de acuerdo con las necesidades de los usuarios. Mayalita (2013) menciona algunos tipos de guías que aportan valor a su funcionalidad:

- Guía turística práctica: se usan durante el viaje por su ‘fácil manejo y tamaño. Tienen información sobre atractivos turísticos, aspectos de interés del turista como direcciones, servicios, actividades y alojamiento.

- Guías de lectura: poseen un gran volumen, no muestra datos de los lugares, solo tienen información general. Se usan durante el viaje para tener una noción amplia del lugar.

- Guías de espectáculos, de compras, de servicios: contiene información específica para la elección de lugares que se desea pasar como alojamiento, restaurantes, entre otros.

- Guías para agencias de viajes: usadas para realizar ventas y útiles en la construcción de un paquete turístico. Contiene descripciones de los lugares turísticos, servicios, transporte, itinerarios, etc.

- Guía de mapas: ayudan al turista en su desplazamiento dentro de un lugar, guiándose de las rutas marcadas en el mapa.

- Guía de bolsillo: su tamaño es reducido, pero contiene información detallada de los lugares que el turista puede visitar y servicios a su disposición.

Catálogos

El catálogo no se limita a ser un sencillo listado de productos, sino que actúa como una herramienta autónoma de venta y comunicación, que es el encargado de mostrar los valores y características de un producto que permite informar, persuadir y convencer al cliente solo con hojear sus páginas.

Según Clauso (1993) “Un catálogo se definirá, por tanto, como el conjunto ordenado de asientos bibliográficos de los documentos de una colección. Su finalidad es clara: organizar la colección para hacer posible la recuperación de la información en ella contenida…” (p. 1). De este modo, el catálogo desempeña su función de recopilación de información, que facilita la búsqueda de documentos de manera eficiente con el apoyo de las imágenes.

Así mismo, el catálogo desempeña un rol importante dentro del marketing y la presentación de un producto ante el cliente. Como menciona Parrales García (2013) “Los catálogos tienen la función primordial de dar a conocer una serie de productos. El catálogo se caracteriza principalmente por su generosidad visual y su abundante información gráfica, es decir, que su contenido primordial se basa en imágenes” (p. 22).

Revistas

Es una publicación que abarca una gran variedad de temas de interés, presentados a través de texto e imágenes, tanto en formato impreso como digital. Es importante tomar en cuenta elementos como: políticas de la revista, la identidad y valores al momento de diseñar el contenido. Según Iñigo Dehud & Makhlouf Akl (2014), una revista “Se compone de una variedad de artículos sobre diversos temas o alguno en específico. Su periodicidad puede ser semanal, quincenal, mensual, bimestral o semestral. Puede ser a todo color o en blanco y negro” (p. 24).

El diseño editorial de una revista radica en encontrar un equilibrio entre la estructura y la creatividad, que tengan la flexibilidad necesaria para poder innovar en ciertos elementos, pero manteniendo la esencia de la publicación, construyendo una guía que asegura mantener la coherencia del diseño. Lupton & Cole Phillips (2015) menciona que:

> Un diseñador de revistas, por ejemplo, trabaja con una cuadrícula y una jerarquía tipográfica que se interpreta de distintas maneras, página tras página, número tras número. Si las reglas están bien planificadas, otros diseñadores podrán interpretarlas para producir sus propios diseños únicos e inesperados. Las reglas crean un marco para el diseño sin determinar los resultados finales. (p. 549)

Periódicos

Un periódico es un vehículo para la transmisión de noticias e ideas de manera concisa. Desde sus orígenes, ha transformado la manera en que plasma su contenido visualmente, donde el diseño editorial, desempeña un lugar estratégico en la organización y claridad de la información.

El diseño es una parte clave que proporciona la estructura adecuada para este tipo de producto, ya que permite organizar las ideas de manera que el lector pueda comprender todo el contenido. Zappaterra & Caldwell (2014) mencionan:

> Comenzamos con una hoja de imprenta en blanco y un mosaico de ideas que queremos comunicar, y la misión del diseño consiste en presentar ese mosaico de una forma organizada y comprensible. Para ello, el diseñador del periódico emplea la tipografía del texto, la de los destacados, entradillas, ilustraciones, espacios en blanco y la secuenciación de las páginas; todo ello mediante las combinaciones más adecuadas. (p. 27)

También, los periódicos se distinguen por sus características visuales, como el uso de elementos que jerarquizan la información y su función como archivo histórico y cultural. Como menciona Parrales García (2013):

> Algunas características editoriales que podemos reconocer en estas publicaciones es el uso de titulares o cabezas, las notas principales llevan las cabeceras más grandes; la presencia de la fecha, tanto en el exterior como en los interiores y la composición a varias columnas. Además, el periódico se puede considerar como un documento histórico, ya que conserva los hechos de la vida cotidiana humana, presenta al lector un análisis de los acontecimientos y ahonda en los hechos. (p. 22)

Por último, se debe destacar que con el avance y adaptación de productos editoriales hacia los formatos digitales otorgándole una versión más interactiva y dinámica. “En los orígenes del formato digital, los periódicos publicaban las mismas páginas en sus versiones online que en papel, recurriendo para ello a archivos PDF. Desde entonces, se

ha desarrollado un enfoque más interactivo que ahora pone el acento en el seguimiento por GPS" (Zappaterra & Caldwell, 2014, p. 28).

2.4.4. Turismo

Con respecto al turismo, se presenta como una actividad multifacética, que posee un gran impacto y versatilidad en el desarrollo de diversos sectores como el entretenimiento, gastronomía, reservación de la cultura local y el comercio. Como menciona Maldonado Alcudia (2012):

> El turismo es una de las prácticas modernas que los individuos tienen para descansar, recrearse, conocer y socializar con otras personas; conlleva múltiples implicaciones en las sociedades y la economía de las comunidades que se ven afectadas positiva o negativamente por este fenómeno; es sobre todo en este último punto donde se da una gran relevancia al turismo como una actividad que genera inversión de infraestructura, estructura y superestructura en los destinos turísticos, favorece la inversión nacional y extranjera que a su vez repercute de manera positiva en la creación de fuentes de empleo y captación de divisas para el país. (Maldonado Alcudia, 2012, p. 12)

Además, hay que puntualizar que el turismo requiere una buena estructura de los actores turísticos de un lugar en específico, acompañado de una participación por parte de instituciones e industrias relacionadas con el viaje, ya que se puede moldear un modelo de turismo que busca anteponer la ética, calidad y sustentabilidad, procurando que pueda ejercer como un ente generador de beneficios sin comprometer los recursos. Aprovechar de manera óptima todos los recursos que se tiene a disposición ayuda a mejorar la oferta turística y conocer a profundidad el tipo de producto se desea vender, para poder satisfacer los requerimientos de los clientes (Julca Meza, 2017). En este sentido (Guerrero González & Ramos Mendoza (2015) afirman que:

> El turismo es una actividad en la que existe la conjugación de los esfuerzos y acopio de los recursos turísticos (naturales y creados), aparato gubernamental con su respectiva administración e industria del viaje (infraestructura y estructura); donde

> son gestionados sus insumos (bienes, sistemas, estrategias, capitales); en términos de emprendimiento, ética, calidad, sustentabilidad e información veraz y suficiente; con los cuales se desarrollan productos o servicios que llevan implícitos un trabajo integral y muy elaborado de mercadotecnia, con el fin de ser dirigidos hacia un mercado donde se realizan transacciones económicas en un área distinta a la geográfica donde son ofertados; dando respuesta a la demanda de los visitantes con diferentes motivaciones y necesidades de viaje realizado en un periodo mayor a un día y menor a un año. (p. 49)

Otro rasgo del turismo es su función como un sistema complejo que tiene múltiples actores que se relacionan interdependiente, determinando que su efectividad depende de la coordinación organizada de todas las partes para poder generar beneficios que impacten de manera positiva tanto en el desarrollo social como cultural de los destinos. Salcedo Guzmán & Rebolloso (2012) menciona que este sistema busca cumplir los siguientes objetivos:

a) Aportar al desarrollo integral de individuos y conjunto de personas.

b) Incentivar el crecimiento y el progreso económico y social.

c) Ofrecer relajación y entretenimiento.

2.4.3.3. Unidad básica

Visitante

El visitante es la unidad básica del turismo ya que se establece como un agente esencial en torno al cual gira toda la industria turística. Sin la existencia del visitante no habría razón de ser en la implementación de factores turísticos que satisfagan sus requerimientos y participación.

Guerrero González & Ramos Mendoza (2015) describe al visitante como un concepto básico que da cabida a que el desarrollo del sistema del turismo se lleve a cabo y haciendo que todo gire alrededor de él.

Las preferencias, las expectativas y el comportamiento que surgen del visitante establecen el análisis y el diseño de experiencias turísticas adaptadas acorde a la demanda cambiantes de los mismo, lo que implica una constante evolución, innovación y adaptación en los destinos turísticos.

2.4.3.4. Motivo de turismo

El ecoturismo se convierte en una opción cada vez más solicitada y atractiva para aquellos que buscan escapar de la cotidianidad y conectar con el entorno natural. Domínguez Estrada (2023) comparte las motivaciones más recurrentes de los visitantes que emprenden en estos viajes:

- Despejarse del estrés en el trabajo.
- Evitar la polución de las grandes urbes.
- Conocer mucho más de la naturaleza.
- Pasar tiempo de calidad con personas.
- Comunicar experiencias.
- Explorar espacios naturales.
- Variedad de ecosistemas.
- El estudio y valoración de la naturaleza.
- Conocer culturas tradicionales.
- Disfrutar de la gastronomía.
- Facilita la coexistencia en áreas rurales de alto valor y belleza.
- Convivir con el medio ambiente.
- Realizar actividades en exteriores.

Complementariamente, Guerrero González & Ramos Mendoza (2015) propone la siguiente clasificación para comprender mejor su comportamiento:

- **Viaje o visita:** el objetivo de la visita determina el tipo de vivencia que busca el visitante como ocio, recreación, visita a familiares, negocios, actividades profesionales, tratamientos de salud, entre otros.

- **Duración del viaje:** se determina en función del tiempo que el visitante pasa en el destino.

- **Origen y destino**: se analiza la procedencia de los visitantes, clasificándolos según su país de residencia

- **Zona de residencia:** se obtiene información de manera puntual sobre el turismo en áreas más pequeñas y especificas dentro de un país.

2.4.3.5. Forma

Para aborda las formas de turismo, es importante marcar una diferencia entre las formas y los tipos básicos del turismo. Mientras los tipos hacen referencia a clasificaciones generales del turismo, las formas son una mezcla más puntual que dan respuesta a las particularidades del viaje y el tipo de visitante. Guerrero González & Ramos Mendoza (2015) proponen 3 agrupaciones principales:

- **Turismo interno:** se denomina a los viajes que realizan residentes dentro del propio país, permitiéndose explorar su territorio y destinos nacionales. Se presenta como una de las formas más usuales de turismo, ya que no requiere la realización de trámites internacionales y suele darse lugar en temporada vacacionales o fines de semanas largos.

- **Turismo receptor:** se refiere a los visitantes internacionales que arriban al país desde el extranjero. Es considerado como una forma crucial para la economía que genera ingresos en divisas y fomenta el intercambio cultural.

- **Turismo emisor**: son las personas que deciden viajar al exterior, fuera de su país de origen en busca de nuevas vivencias. Es una muestra de la movilidad y el crecimiento de la globalización.

Estas formas permiten comprender y analizar cómo se desplaza la población tanto a nivel interno como externo, y cómo cada uno tiene la capacidad de generar distintas dinámicas en la economía y la interacción cultural en el contexto turístico

2.4.3.6. Tipos de turismo

Turismo tradicional

Es un de los personajes principales en el desarrollo turístico a nivel global, que se ha mantenido a través de los años, por su enfoque en la masificación y en la construcción de la infraestructura necesaria para aportar de factores turísticos a turistas. Sin embargo, este tipo de turismo trae consigo ciertas dificultades a largo plazo, lo que ha planteado reconsiderar sobre su sostenibilidad. Según Boncheva & Ibánez (2012) el turismo tradicional:

> Se sustenta principalmente en el turismo masivo y en el desarrollo de grandes instalaciones de alojamiento y esparcimiento. Los turistas practican este tipo de turismo regularmente presentan hábitos consumistas y demandan servicios sofisticados. Las actividades que mayormente lo caracterizan…son la visita a playas y granes destinos turísticos o bien, a ciudades coloniales o e atractivo cultural situadas regularmente en grandes ciudades. (p. 18)

A medida que el turismo va en aumento, también existe un incremento en expandir de manera inmediata las capacidades de transporte y alojamiento, lo que puede traer repercusiones significantes en zonas que no se encuentran preparadas o no están a condicionas para acoger grandes cantidades de visitantes. “Al incrementar el turismo en masa, se incrementa la demanda de infraestructura para transporte lo que con el tiempo provocará deterioro ambiental y daño ecológico” (Rebollo Soto, 2019, p. 15).

2.4.4. Turismo alternativo

Surge como respuesta a las diferentes modalidades del turismo tradicional, que se caracteriza por buscar un equilibrio entre el visitante, la comunidad local y el espacio, en donde se busca instaurar un modelo de respeto en el entorno natural y cultural de los destinos para su optimo desarrollo sostenible.

Asimismo, el planteamiento de este enfoque comprender en la conservación y protección tanto de la cultura local como de la naturaleza, creando una experiencia enriquecedora para los visitantes que buscan un verdadero reencuentro con la naturaleza. La preservación es sumamente importante, ya que evita el impacto negativo que se encuentra mucho más ligado con el turismo masivo, como el daño al medio ambiente o la alteración de costumbres locales, y sobre todo busca crear la participación de comunidades para un fin en común.

> El Turismo Alternativo, es el reflejo de este cambio de tendencia en el mundo, representando una nueva forma de hacer turismo, que permite al hombre un reencuentro con la naturaleza, y un reconocimiento al valor de la interacción con la cultura rural…con mayor crecimiento en el mercado en los últimos años. (Secretaría de Turismo, 2004, p. 4)

Por otro lado, la influencia del turismo alternativo nace de su capacidad de ser un catalizador del desarrollo local, sin necesidad de recurrir a acciones negativas contraproducentes con las personas de la zona y el entorno, sino que se presenta como una oportunidad para causar influencia en la consciencia y accionar de los turistas para que se priorice el equilibrio entre todos los actores involucrados que garantice una correcta planificación y gestión de los recursos.

> Pero, además, el turismo debería contribuir al desarrollo local, de una manera sostenible, a partir de su integración armónica con el entorno natural, cultural, y humano, cuidando su frágil equilibrio, evitando perjudicar el patrimonio cultural, las costumbres, tradiciones y valores de la comunidad en la que se inserta. Esta contribución al desarrollo presupone un proceso basado en la participación de todos,

> en la solidaridad y en el respeto mutuo, generado a partir de consensos y acuerdos, y realizado en base a instrumentos de cooperación provenientes de todos los niveles: local, provincial, nacional… (Narvaez, 2014, p. 7)

Para crear una buena experiencia para el visitante, es importante replantear cómo se gestiona este tipo de turismo, ya que requiere un nuevo enfoque y de mentalidad para asegurar que el turismo actúe como una fuerza positiva. Como lo mencionan (Salcedo Guzmán & Rebolloso (2012) "El turismo alternativo demanda de un nuevo planeamiento de conceptos, funciones, educación y cultura que garanticen la conservación de los recursos naturales, el balance en los ecosistemas y la preservación del patrimonio histórico y cultural de las comunidades" (p. 10).

Finalmente, el turismo no solo ofrece una alternativa sostenible al turismo, sino que se presenta como una opción que fomenta la ética y consciente, a través del respeto hacia la cultura y la educación ambiental, generando una contribución equilibrada entre el ser humano y el entorno que lo rodea.

> El Turismo Alternativo surge como una opción al Turismo de masa, a partir de considerar opciones de actividades que tuvieran en cuenta, entre otros aspectos, la realización plena del ser humano, una contribución cada vez mayor a la educación, la igualdad de destino de los pueblos, la liberación del hombre y el respeto por su identidad y dignidad, la afirmación de la originalidad de las culturas y el respeto del patrimonio moral de los pueblos. (Narvaez, 2014, p. 1)

2.4.4.1.Tipos

Cultural

El turismo cultural busca la preservación del patrimonio cultural, tanto tangible como intangible, e involucrando diversos factores como la educación, el aumento de plazas de trabajo y la generación de la actividad económica a nivel local. Según Morro (2009) el turismo cultural ve como elemento esencial la restauración y preservación de los componentes del patrimonio cultural, tanto tangibles como intangibles, siempre teniendo en cuenta que los enfoques son variados e involucran factores y variables muy variados,

tales como la educación, la generación de empleo, la actividad económica en los sectores de ocio y recreación, la simbolización social, la transformación cultural, el crecimiento local y regional, entre otros.

Rural

Se denomina turismo rural a todos los viajes realizados con el único objetivo de desarrollar actividades de convivencia con una comunidad rural, con la posibilidad de aprender y experimentar sus expresiones culturales, productivas y sociales característica durante su estancia. Este tipo de turismo "…no es una moda efímera. Los turistas se arriman al mundo rural, atraídos porque allí les ofrecen bienes que cada vez serán más escasos en las ciudades: tranquilidad, naturaleza, alimentos sanos y tradiciones" (Barrera, 2006, p. 4).

Asimismo, permite crear una conexión instantánea con las expresiones de la comunidad y fomenta la participación en prácticas que conforma parte fundamental del patrimonio cultural y natural de la zona. Salcedo Guzmán & Rebolloso (2012) mencionan las actividades que generalmente se desarrollan en el turismo rural:

- Turismo etnocultural.
- Arqueología ecológica.
- Turismo agrícola.
- Elaboración y uso de medicina tradicional.
- Talleres de cocina.
- Fotografía rural.
- Enseñanza de idiomas locales.
- Experiencias místicas y talleres artesanales.

También, el turista, al involucrase en las actividades y tradiciones de la comunidad, tiene la oportunidad de experimentar un turismo auténtico en donde nutre sus conocimientos a través de la observación, la práctica y la interpretación.

> …el turista no es un visitante observador en un día de paseo, es una persona que forma parte activa de la comunidad durante su estancia en ella, en donde aprende a preparar alimentos habituales, crea artesanía para su uso personal, aprende lenguas ancestrales, el uso de plantas medicinales, cultiva y cosecha lo que cotidianamente consume, es actor en los eventos tradicionales de la comunidad, percibe y aprecia creencias religiosas y paganas. (p. 30)

Agroturismo

El agroturismo es una alternativa para quienes buscan cambiar el ritmo agitado de la vida de la ciudad, cuyo objetivo principal, es brindar la oportunidad de disfrutar en plenitud del entorno rural por medio de la experimentación en actividades agrícolas como el cultivo en huerto, jardinería, elaboración de productos o degustación de estos. Para Rodríguez, Nazareno Ortiz, & Sánchez Segura (2021)

> …el agroturismo es la actividad que se realiza en explotaciones agrarias (granjas o plantaciones), donde los actores complementan sus ingresos con alguna forma de turismo en la que, por lo general, facilitan alojamiento, comida y oportunidad de familiarización con trabajos agropecuarios…el agroturismo tiene como eje de su oferta las actividades propias de las explotaciones rurales, tales como cosecha, ordeño, rodeo, trilla, elaboración de conservas, asistencia en la alimentación y cuidado de los animales… (p. 5)

Pero uno de los principales desafíos para el crecimiento y adaptación de este tipo de turismo es la falta de personal capacitado que pueda guiar de forma correcta a los visitantes. Como menciona Jiménez Bulla (2019) que el impedimento más grande para el correcto desarrollo del agroturismo se debe a la falta de personal capacitado para interpretar de manera activa y con suficientes saberes científicos las prácticas que más

cautivan a los turistas y también la falta de conocimientos para explorar cómo captar el interés de estos.

De Aventura

El turismo de aventura es ideal para quienes buscan entablar un contacto más directo y desafiante con la naturaleza, que abarca una gama amplia de experiencia que van desde actividades recreativas y desafíos naturales que no requieren tener un conocimiento previo, destreza o habilidad deportiva por parte de los viajeros. Según la (Secretaría de Turismo (2004) "El turismo de aventura es uno de los segmentos que mayor auge ha presentado en los últimos años, generalmente se tiende a considerarlo como la única posibilidad para ofertar servicios o como una actividad deportiva o extrema" (p. 10).

Además de las experiencias que proporciona, esta modalidad de turismo puede tener un impacto positivo en el estado emocional y de salud del participante, ya que representa un desafío físico y mental. Como mencionan Quiñones Bedón, Tapia Pazmiño, & Andrade Naranjo (2019):

> En este contexto del desarrollo rural, el turismo de aventura representa una actividad estratégica que fundamenta la transformación de la dinámica productiva asociada con la nueva ruralidad. Esta actividad, se vincula directamente con las nuevas funciones asignadas al medio rural relacionadas con el deporte, el ocio, la distracción y el descanso, las cuales contribuyen con el desarrollo físico, mental, social, cultural y espiritual del individuo. (p. 12)

Cinegético

El turismo cinegético es una modalidad de turismo que involucra la caza deportiva, llevada a cabo en áreas específicas que están autorizada para desarrollar este tipo de actividades dentro del entorno silvestre y solo en las temporadas que han sido designadas para estas prácticas como la caza del pez vela o pato (Guerrero González & Ramos Mendoza, 2015).

De ahí que, el turismo cinegético bien gestionado y acorde con las normas establecidas, puede significar un ingreso importante para contribuir el desarrollo de áreas rurales, donde las alternativas financieras pueden ser limitadas. Este tipo de turismo, como menciona Tello Leyva (2015):

> …es una actividad que se realiza en cualquier tipo de ecosistema en el cual se encuentre una especie de interés cinegético. Lugares como el círculo polar ártico, selvas extremadamente cubiertas de vegetación americanas y africanas, regiones desérticas y bosques asiáticos sin dejar a un lado manglares y humedales costeros. La cacería en México aún no ha cuantificado los beneficios económicos, sociales y ambientales que genera, pero si es un hecho, que representa una alternativa de desarrollo sustentable que mejora la calidad de vida de comunidades rurales y contribuye a la conservación del medio ambiente. (p. 2)

2.4.5. Ecoturismo o turismo ecológico

Emergió como una modalidad distintiva en el sector turístico, marcando una diferencia palpable con otros tipos de turismo, ya que se enfoca en áreas naturales y su compromiso con la sostenibilidad. En los últimos años, ha ganado relevancia y se da como respuesta a la creciente demanda de experiencias en contacto con la naturaleza, desde una perspectiva equilibrada de preservación y beneficio mutuo. Según Domínguez Estrada (2023):

> …permite a los turistas experimentar la naturaleza de primera mano y brinda la oportunidad de ver especies raras y explorar entornos subdesarrollados, que también se benefician económicamente porque los destinos ecoturísticos tienden a atraer viajeros adinerados. En consecuencia, ayuda a las comunidades locales a desarrollarse al proporcionar empleos, estimular la economía y aumentar conciencia de los problemas ambientales, pues mucha gente viaja por placer y algunos quieren proteger la vida silvestre en peligro de extinción. (p. 17)

Sin embargo, el impacto positivo transforma las relaciones sociales y la estructura de gestión dentro de las comunidades rurales, que les permite tener el control sobre los

recursos naturales que tienen a su disposición. Como mencionan (Salcedo Guzmán & Rebolloso (2012):

> En la actualidad el ecoturismo se centra en la comunidad y en la sustentabilidad (ecoturismo comunitario sustentable). Representa algo más que un viaje a la naturaleza significa una modificación radical de la práctica turística y constituye una transformación en la actividad económica. para las comunidades rurales es la oportunidad de reapropiarse del manejo y cuidado de sus recursos naturales, controlar la gestión de los servicios y apropiarse de los beneficios. (p. 11)

A largo plazo, la calidad del entorno de los destinos depende del correcto cuidado que plantea implementar el ecoturismo, de la diferenciación de todas las actividades ofrecidas y de la promoción mesurada que no ponga en juego la sostenibilidad. Si bien los beneficios que puede traer consigo pueden dar fruto rápidamente, es primordial implementar un equilibrio entre el desarrollo turístico y el cuidado del medio ambiente, de lo contrario, se podría provocar una degradación paulatina de los espacios. Rebollo Soto (2019) menciona que:

> El mercado del ecoturismo no puede ser sostenible sin un medio ambiente de calidad. La industria del turismo por sí misma puede implementar cuidadosamente el manejo de los destinos turísticos existentes; implementar mayor número de actividades, hacer mayor promoción para incrementar el número de visitantes e integrar los sitios cercanos para ampliar geográficamente el centro ecoturístico.

2.4.5.1. Características

Las definiciones más complejas y formales sobre el ecoturismo no solo se encasillan en mostrar una breve descripción, sino que profundizan en una lista detallada de características esenciales que este tipo de turismo alternativo nos ofrece, permitiéndonos diferenciar claramente sus propuestas. Según Domínguez Estrada (2023), el ecoturismo se distingue por los siguientes aspectos:

- Respalda los derechos universales y las leyes normativas de trabajo a comunidades participantes.
- Motiva al desarrollo de negocios y fomenta el trabajo dentro de comunidades rurales.
- Aporta al desarrollo económico
- Genera ventajas comerciales para entidades y administraciones que administran áreas naturales con metas de conservación.
- Atrae beneficios financieros al país
- Ayuda en la protección de zonas naturales usadas como atractivos turísticos.
- Crea ingresos y oportunidades de inversión en la zona.
- Incorpora componentes educativos y de interpretación.
- Aumenta la concienciación sobre la protección de los recursos naturales y culturales, tanto a locales como a extranjeros.
- Incorpora zonas marginales y poblacionales a crecimiento de la economía del país.
- Incluye la responsabilidad del turista y habitantes de la localidad.
- Las pequeñas expresas locales son proveedores de servicios.
- Disminuye los efectos negativos para el medio ambiente.
- Proporciona opciones de trabajo e ingresos a las comunidades.
- Está estructurado por agrupaciones de empresas locales especializadas.
- Favorece la investigación científica, en particular con todo lo relacionado con la biodiversidad del sitio.
- Ofrece reconocimiento y orgullo por las políticas de conservación.

- Minimiza el efecto adverso producido por el turismo.
- Se obtiene una experiencia gratificante y educativa.
- Se fundamenta en aspectos como la educación en medio ambiente o la comprensión de la naturaleza.

2.4.5.2. Atractivos ecoturísticos

Los atractivos turísticos son los elementos que atraen a los visitantes a un destino turístico. La importancia de establecer y conocer su clasificación radica en que ayuda a los gestores turístico a organizar y priorizar los recursos de manera óptima para la creación de estrategias que permitan potencializar sus beneficios. Ceballos Lascuráin (1998) plantea tres categorías:

- **Atractivos focales:** se refiere a las características únicas que distinguen a un sitio en particular y son la principal atracción (como una especie de flora, fauna, paisaje, ecosistema, etc.) por el cual los ecoturistas acuden a visitarlo.
- **Atractivos complementarios:** son aquellos elementos considerados patrimonio natural o cultural presentes en una zona, pero que no tienen el mismo grado de importancia que los atractivos focales. Esto no significa que carezcan de relevancia, sino que poseen un valor adicional en la experiencia del visitante.
- **Atractivos de apoyo:** son los que proporcionan al visitante de servicios y facilidades, contribuyendo a que su experiencia sea más cómoda y placentera, pero no son el principal motivo de viaje.

2.4.5.3. Ventajas

Las ventajas que ofrece son diversas que son adaptables para implementar en diferentes contestos grao gráficos, climáticos y sociales, que lo transfigura en una alternativa viable y en constante crecimiento a nivel mundial. Jiménez Bulla (2008) explora algunas de las principales ventajas:

a) Es posible llevarla a cabo durante todo el año en los países de estaciones y contribuye a atenuar las disminuciones del turismo de masas.

b) En países intertropicales, se puede practicar de forma constante.

c) No requiere del desarrollo de grandes infraestructuras para el hospedaje.

d) Es posible aplicar costos reducidos, utilizando elementos relacionados como los clúster, microclusters y las cadenas de producción que facilitan la creación de programas de ecoturismo de alta calidad, aprovechando los beneficios comparativos de la economía de escala.

e) Lo pueden practicar personas de toda edad, a excepción de personas de la tercera edad o que padezcan enfermedades crónicas.

2.4.5.4. Beneficios

A diferencia de las distintas formas de turismo de las que se ha hablado, el ecoturismo incentiva la relación con la naturaleza, en la que se busca cultivar una mayor conciencia sobre su valor y la importancia de protegerla. Rebollo Soto (2019) plantea los siguientes beneficios:

- El ecoturismo genera puestos de trabajo e ingresos para los habitantes de la zona.

- Ofrece formación educativa sobre el medio ambiente a los visitantes.

- Genera fondos para adquisición de insumos para la mejora y salvaguarda de zonas naturales. Beneficiando al turismo en el futuro

- Impulsa la conservación del medio ambiente y la formación de nuevos o más grandes parques nacionales, reserva de biosferas, protección de bosques, zonas de esparcimiento, playas y sitios de interés natural.

Complementariamente, Nel·lo & Llanes (2016) resaltan otros beneficios, tales como:

- Mejoras educativas: le otorga valor a la biodiversidad, a los servicios, al hábitat, información biológica, ecológica y de calidad, que añaden un valor agregado a los diferentes productos turísticos y actividades de ocio.

- Desarrollo económico: favorece al desarrollo de áreas rurales retiradas, a través de la diversificación de la economía y la inversión a bajos costos, que crea demanda de productos agrícolas y aporte de capital.

- Progresos económicos: incentiva la conservación, el desarrollo local, incrementa puestos de trabajo locales y ofrece alternativas que atraen inversiones

- Productos turísticos diferentes: crea oportunidades a través de la fusión de los diferentes productos turísticos.

- Necesidad de conservación: puede actuar un instrumento que puede conseguir apoyo político, económico y logístico para la protección nacional e internacional de los recursos naturales.

2.4.5.5. Demanda

Por su popularidad, se ha incrementado un interés mucho más profundo por la naturaleza y su preservación, sin embargo, la demanda del ecoturismo responde tanto a factores económicos como diferentes motivaciones y el deseo de ser parte de experiencias diferentes, llenas de significado. Como señala Sancho (1994):

> El concepto de demanda está íntimamente relacionado con el proceso de toma de decisiones que los individuos realizan constantemente en el proceso de planificación de sus actividades de ocio y, por lo tanto, su determinación depende de numerosos factores no sólo económicos, sino también psicológicos, sociológicos, físicos y éticos. (p. 62)

Esta tendencia se ve influenciada por cambios en el estilo de vida, por la conciencia ambiental y el creciente acceso a la información sobre este tipo de alternativas que

diferentes grupos de personas impulsan esta demanda. Jiménez Bulla (2008) propone cuatro agrupaciones denominadas como demandantes del ecoturismo:

a) Viajeros de la naturaleza, individuos que, aunque no sean ecoturistas, se sienten atraídos por la historia de una zona o región, tal como los ecologistas, los caminantes ecológicos, entre otros, son una porción significativa de clientes para el ecoturismo.

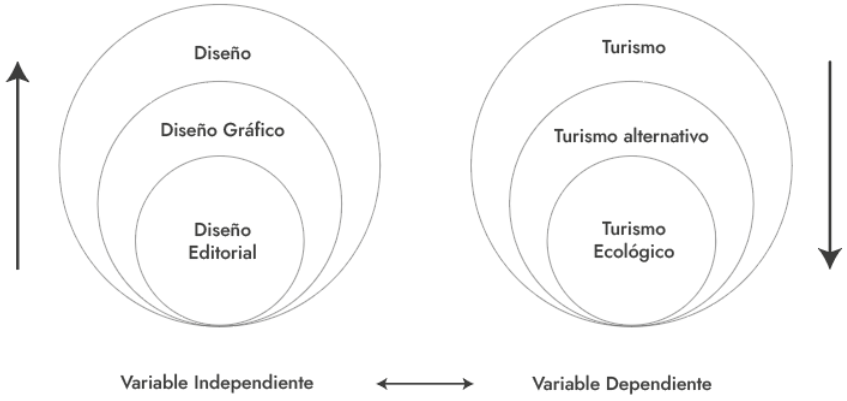
b) Viajeros especializados, que engloba a aquellos individuos que poseen un alto nivel cultural y con un entendimiento sobre el ecoturismo, como los viajeros de corazón y los comprometidos.

c) Viajeros no vacacionistas que asisten a congresos, seminarios y negocios.

d) Pensionados o personas de la tercera edad, quienes, debido a su notable incremento en varios países (más aún en los industrializados), se posicionan como los principales clientes del ecoturismo.

2.4.6. Jerarquización de variables

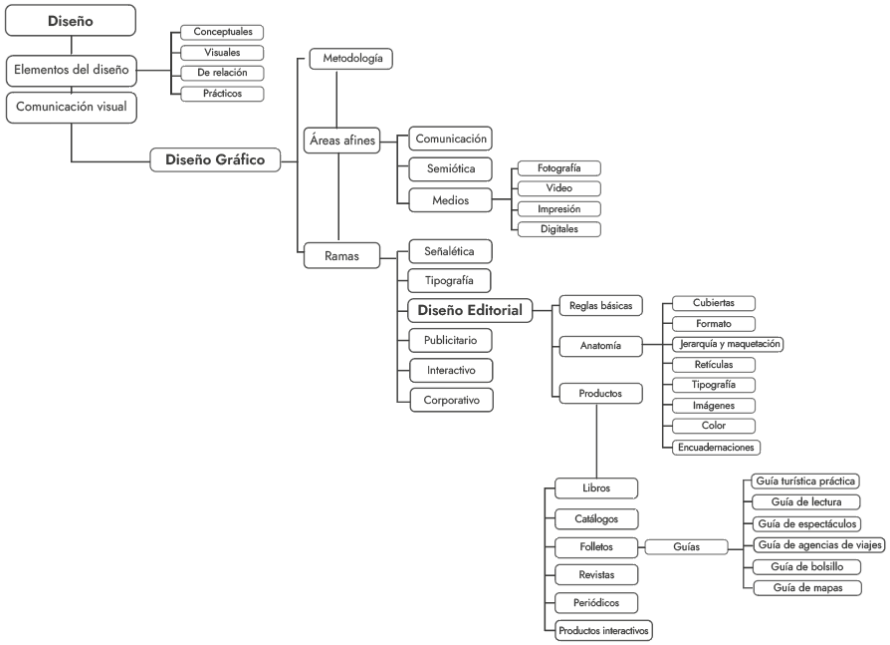
Figura 8. *Jerarquización de variables.*



Fuente: Elaboración propia.

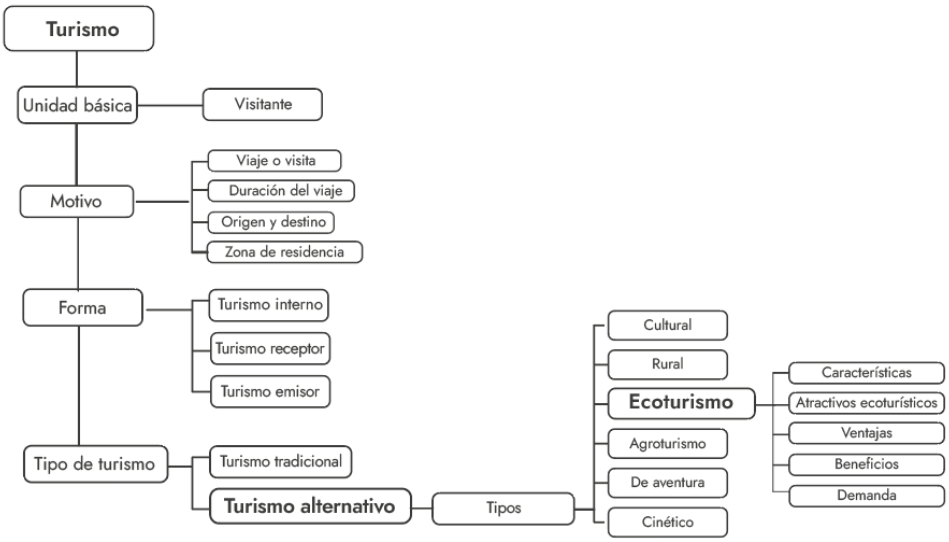
2.4.7. Constelación de variables

Figura 9. *Constelación de variable independiente.*



Fuente: Elaboración propia.

Figura 10. *Constelación de variable dependiente.*



Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO III

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1. Análisis externo

Se realiza un análisis sobre los distintos factores que interfieren en el difusión del turísmo ecológico en la Ecorruta Kuri Pishku. Se inicia a través de un análisis externo que toma en cuanta aspectos que están fuera del control, como sucesos a nivel mundial o políticas gubernamentales, que pueden producir efectos positivos o negativos. Por ello, se emplea la herramienta de investigación PESTEL.

3.1.1. Análisis PEST

El análisis PESTEL es una herramienta de planificación estratégica que permite reconocer el entorno sobre el cual se moldea el desarrollo del proyecto y facilita la evaluación de las oportunidades y amenazas que emergen a partir de factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos y ecológicos. Con los resultados del análisis PESTEL, se puede obtener una visión integral que facilite el diseño de la guía turística y un sistema de señalización, respaldando la adopción de decisiones que favorezcan la difusión y el desarrollo sostenible de la Ecorruta.

3.1.1.1.Análisis Político

El análisis político en este proyecto adquiere importancia en el desarrollo del turismo ecológico en Patate ya que las políticas públicas y la toma de decisiones gubernamentales actúan directamente en la difusión, promoción y regulación de toda actividad.

Con respecto a las regulaciones de actividades que se describen dentro de la Ley de Turismo (2021), establece principios y normativas que buscan beneficiar a la comunidad y preservar su patrimonio cultural y natural, instaurando normas para el progreso turístico de manera sostenible. Asimismo, se deben acatar las directrices del Reglamento General de Turismo, en donde se mencionan aspectos puntuales como: la clasificación de servicios, obtención de licencias y permisos, las normas de calidad que se deben implementar en las instalaciones y la responsabilidad de los servicios de alojamiento para

obtener todos los permisos correspondientes del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD), con el fin de asegurar que toda actividad se adapte a los planes de desarrollo y ordenamiento territorial vigentes.

En el presente año, el Ministerio de Turismo de Ecuador (2024) ha presentado el Plan de Turismo, en donde se plantea la implementación de acciones con el fin de impulsar el turismo en el país. Se expone diferentes prioridades como: creación de nuevas normativas y reformas en el Reglamento de Alimentos y Bebidas, la Operación Turística de Aventura, la regulación de techo de cobro LUAF para Galápagos, entre los que tienen mayor importancia. También se plantea el desarrollo de productos y experiencias turísticas dentro de los programas Rincones Mágicos, Best Tourism Villages y Destinos Turísticos Inteligentes, el diseño de seis Portafolios de Productos Turísticos (rural, aventura, ecoturismo, cultura, bienestar y ecosostenible) que atraigan la atención de más visitantes al país.

Otra acción a nivel internacional es la gestión de más de 30 publicaciones sobre Ecuador por medio de reportajes y la presencia en al menos 26 eventos de turismo que se efectuarán en mercados priorizados de emisores de viajeros. Estas acciones representan una gran oportunidad para que el turismo interno se pueda alinear con tendencias actuales que promueven experiencias sostenibles, mucho más enfocadas en mostrar la biodiversidad de nuestro país.

Esta diversificación dentro de la oferta turística subraya la necesidad de la convivencia y colaboración entre el gobierno, las prefecturas y municipios. Las acciones que se generan desde el ámbito gubernamental dan la posibilidad de encontrar nuevas oportunidades para propagar hacia distintas regiones y que motivan a pueblos y ciudades con gran potencial a saber gestionar y fortalecer su autonomía económica para promover una gestión adecuada para el aprovechamiento de recursos y atraer la atención hacia sus capacidades, con el fin de generar ingresos y afianzar el desarrollo del sector turístico de manera sustentable.

Un avance relevante en este sentido es la firma de un convenio de cooperación interinstitucional entre el Ministerio de Turismo (2019) con el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal San Cristóbal de Patate para la aplicación al programa de desarrollo turístico de comunidades basándose en el programa Pueblos Mágicos, con el objetivo de aumentar la afluencia de turistas, dar cabida a la diversificación de produtos y servicios, revalorización de tradiciones y patrimonios, favoreciendo la participación activa de los habitantes y mejorando la calidad de los servicios. "…este es un nuevo reto dentro del desarrollo turístico del país y por supuesto, una nueva oportunidad, porque promoverá en cada localidad la reducción de la pobreza, disminuirá las desigualdades y revalorizará la identidad de cada una de ellas" (Ministerio de Turismo, 2019).

Además de estas iniciativas, el compromiso del cantón Patate de efectuar y entablar relaciones lo ha llevado a establecer un acuerdo, en el marco de la Estrategia de Turismo Provincial del Parlamento Trabajo, entre Gobierno Provincial de Tungurahua (2023) y el GAD Municipal de Patate, que busca fortalecer la actividad turística del cantón a través de un trabajo en conjunto que mejore los recursos técnicos, financiaron y materiales, con el fin de establecer diferentes líneas estratégicas como: el desarrollo de productos turísticos, marketing y capacitaciones en turismo. Ambas instituciones han destinado 10,000 dólares para realizar mejoras en señalética, mobiliario turístico, contrato de técnicos de turismo y creación de material promocional.

A nivel local, el actual Alcalde Ing.Hernán Medina, en su Plan de Trabajo (2023), expone diversas estrategias orientadas a mejorar la calidad de vida de los hábitantes, encaminada en una visión de desarrollo económico y refuerzo social. Sus propuestas incluyen el apoyo a emprendimientos y talleres artesanales parroquiales, apoyo a proyectos productivos, capacitación de funcionarios, coordinación interinstitucional para la recuperación de la memoria histórica e identificar la real potencialidad artesanal y productiva del cantón. Estas acciones favorece a la creación de una economía autosufieicnte y la participacion comunitaria, poniendo en valor el patromonio cultural y las capacidades productivas locales.

Sin embargo, la aplicación exitosa de estas iniciativas debe tener en cuenta que se deben abordar otros aspectos que se encuentran concatenados como lo es la seguridad ciudadana y la supervisión de establecimientos. Robalino Cáceres (2023) en su artículo científico *Gestión Logística para las actividades turísticas del cantón Patate*, a través del análisis de entrevistas realizadas a personas dedicadas al sector turístico:

> Destacaron la importancia de contar con el acompañamiento de los entes del Estado dedicados a la promoción y desarrollo del sector turístico, así como el cumplimiento de los requisitos establecidos por el Ministerio de Turismo para la obtención de licencias y permisos para la operación turística, en cualquiera de sus componentes. En seis de las entrevistas realizadas se destacó la receptividad y del interés de los turistas y visitantes de los atractivos turísticos del cantón Patate, aunque un aspecto que debe ser tomado en cuanto para la gestión exitosa es la seguridad ciudadana en cada uno de los sitios turísticos, y la constante supervisión de los establecimientos para el cumplimiento de las normas de calidad y sanitarias para el correcto desarrollo del turismo. (p. 20)

Es innegable el creciente interés por parte de turistas de conocer y explorar los atractivos de Patate, representan un potencial que puede ser aprovechado mediante estrategias correctamente diseñadas para la promoción, pero se debe mantener una supervisión dentro de los establecimientos para asegurar el cumplimiento de las normas para mantener y mejorar la imagen que el visitante construir del lugar

3.1.1.2. Análisis Económico

Actualmente, la crisis energética que existe en Ecuador, se plantea ahora como un desafío para diferentes sectores en el país “En los últimos meses la economía se ha desacelerado sustancialmente debido a un aumento de la inseguridad provocada por el crimen organizado, disrupciones en la producción de petróleo, crisis energética, eventos climáticos y la incertidumbre política” (Banco Mundial, 2024).

A pesar de estos desafíos, el sector turístico de Ecuador posee un gran potencial para impulsar el desarrollo económico a nivel local y nacional, capaz de convertirse en un catalizador para la generación de empleo o dinamización económica en varias áreas complementarias. Como menciona Guzmán Barket (2014) en el Ecuador el turismo genera divisas, plazas de trabajo y de redistribución de la riqueza, ya que por cada trabajo que nace del turísmo, surgen seis y tres empleos indirectos. Por ello es imprecindible la creación de políticas públicas generales para el crecimiento de este sector, acompañado de lineamientos para la gestión logística de la actividad turística a nivel local que busque atender el patrimonio cultural y ecológico de cada cantón, como ocurre en el cantón Patate en la provincia de Tungurahua, en donde actividades turísticas son la fuente de ingresos que pueden dar cabida al desarrollo paulatino de servicios locales complementarios.

Para robustecer aún más este modelo de turismo, la Agenda Tungurahua (2020), propone estrategias de desarrollo turístico con el fin del surgimiento de políticas prioritarias integrales para dinamizar la economía, en donde actores público y privados trabajen en conjunto. Se establece cuatro líneas de acción : la planificación y coordinación turística, marketing y promoción, formación, capacitación y el desarrollo de productos turisticos, las mismas que edifican un modelo sostenible estableciendo un avance en la competitividad y el aprovechamiento responsable de recursos.

A su vez, es importante resaltar que la economía del cantón Patate se basa principalmente en la actividad agrícola, la misma que es la fuente primaria de empleo y sustento para sus habitantes. En el Plan de Desarrollo Turístico del cantón Patate (2018) se destaca que:

> El interés por consumir frutas orgánicas o adquirir plantas genera en el visitante una experiencia positiva, que conlleva a la adquisición de productos con fines decorativos, productivos o simplemente gusto; Patate, “El Valle de la Eterna Primavera”, bajo este concepto ha desarrollado una nueva tendencia en turismo, que se basa en la producción y comercialización de especies ornamentales y frutales principalmente; productos que han aportado beneficiosamente a la actividad turística… (p. 46)

El sector agrícola se refuerza por medio de la cooperacion entre productores, quienes participan en eventos como la Feria Dominical Eterna Primavera, la Ruta de las Frutas, ferias a nivel cantonal y actividades que proporcionan beneficios económicos a colaboradores y poblados aledaños al producir fuentes de trabajo y aumentar la gestación de proyectos agro turísticos que involucren a más productores locales (Municipio Descentralizado del cantón San Cristobal de Patate, 2018).

Por último, este lazo entre la agricultura y el turismo obtiene un significativo respaldo legislativo. Según el Ministerio de Turismo (2014) en el capítulo VII de la Ley de Turismo, tanto los municipios como gobiernos provinciales pueden "asignarse incentivos especiales para inversiones en servicios de turismo receptivo e interno rescate de bienes históricos, culturales y naturales en sus respectivas circunscripciones" (p. 9). Esta normativa promueve la creación e inversión de proyectos que posean un nivel alto de relevancia que permita impulsar el turísmo en la localidad.

3.1.1.3.Análisis Social

Ecuador atraviesa una gran crisis política y socioeconómica que ha disminuido la confianza de los ciudadanos ante el gobierno de turno. Según el analista Pedro Donoso, se ha creado un ambiente desalentador generalizado, en donde el 90% de ecuatorianos manifiesta sentirse escéptico y el 20% mantiene un grado de confianza ante el gobierno. Esta problemática ha decantado en el incremento de emigraciones de ecuatorianos hacia Estados Unidos y Europa, el éxodo de jóvenes en aéreas del corredor Llanganates-Sangay dejando a su paso zonas prácticamente desiertas y cada vez es más frecuente que niños y jóvenes estén siendo reclutados por grupos delincuenciales (Mongabay, 2024).

A la provincia de Tungurahua, al igual que en todo el Ecuador, enfrenta dificultades en términos de seguridad y estabilidad para la ciudadanía. En ciudades como Ambato, la inseguridad, seguida del aumento de impuesto, perjudica tanto al sector empresarial como a al estilo de vida de las personas la "…falta de seguridad por la delincuencia organizada, los cortes de luz …el aumento del IVA del 12% al 15% han afectado al sector empresarial…A esto se suma …que no existe seguridad jurídica, lo que crea desconfianza

para generar más inversiones" (2024). Estos factores impactan de manera negativa dentro del mercado laboral causando una reducción en la confianza en el entorno local.

Dentro de la Agenda Tungurahua (2020) se establecen políticas que se ven orientadas al desarrollo social dentro de la comunidad dando paso al acceso equitativo a la comercialización y el aprovechamiento de recursos locales. Entre las más importantes se destacan: apoyo a iniciativas de actividades sobre saberes ancestrales y cosmovisión, fortalecimiento del sistema de comercio, apoyo en la creación de emprendimientos turísticos innovadores, participación de emprendedores, productores y artesanos en ferias cantonales y parroquiales, mejora en las redes de mercadeo provincial, la comercialización electrónica, posicionar la marca Tungurahua a través de la innovación de productos y servicios basándose en las cualidades productivas de cada parroquia, cantón y provincia y la participación de la academia en procesos de investigación e innovación. La invención de espacios de interacción y colaboración permite enriquecer y entablar relaciones sociales basadas en la solidaridad y cooperación.

Por otro lado, en el cantón Patate, al ser una sociedad que está estructurada en base a la tradición agrícola ha sido vital en la organización social y laboral de la zona. Según el Censo de Población y Vivienda (2010) la Población Económicamente Activa del cantón Patate, se involucra en actividades de agricultura, ganadería y pesca con un 69,3%, corroborando que este cantón es principalmente agrícola y pecuario, donde se puede apreciar que predomina el uso de mano de obra por parte de los integrantes de cada familia, por lo que se registra un nivel bajo de desempleo del 0.05%. Las actividades primordiales que generan empleo con el 69,3% son todas aquellas que se encuentran conectadas con la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, posicionándose como un cantón que aprovecha las bondades que su clima puede proporcionarles y siendo la manufactura la segunda plaza de empleo.

Asimismo, el turismo surge como una gran alternativa económica importante en el cantón Patate. Gracias a su ubicación "…la Cordillera Oriental de Los Andes, que por sus excelentes condiciones, es una fuente de vida para sus habitantes, los mismos que han encontrado en el turismo una alternativa económica sustentable, generando el trabajo

unificado para crear un ambiente acogedor…" (Municipio Descentralizado del cantón San Cristobal de Patate, 2018, p. 65). A través de una orientación hacia la creación de un ambiente amigable permite a construir un mejor ambiente en la calidad de vida en la comunidad, que busca la identidad local y el puente en el desarrollo de las relaciones sociales.

3.1.1.4. Análisis Tecnológico

A través de un analisis tecnológico, es posible examinar la evolución y acceso a la tecnología como su influencia en distintas áreas. Es capaz de mostrar nuevas alternativas y adaptaciones factibles y accesibles para los usuarios para el desarrollo transversal dentro de las prácticas sociales, económicas y culturales.

Según El Telégrafo (2023) El Estudio de Nivel de Preparación Digital, "Digital Readiness Assessment" (DRA), llevado a cabo por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), coloca al Ecuador como uno de los paises con mejor puntuación en la Región debido a los altos niveles de conectividad de las personas. Esto permite que los habitantes tengan en sus manos canales y plataformas en donde pueden acceder a información de diferente índole, construyendo una integración digital que depende de la interacción en línea.

A nivel nacional el Instituto Nacional de Estadística y Censos (2021) , en la encuesta nacional Multipropósto de Hogares, describe que la frecuencia de uso de internet en Ecuador es elevada, ya que el 92.1% de los ciudadanos de 5 años o más que utilizan internet lo hacen al menos una vez al día. Esta hiperconectividad se convierte en una plataforma que permite el aprendizaje, la difusión de información y el crecimineto de medios de comunicación, redes sociales y otras herramientas digitales, que son omnipresentes en nuestra vida cotidiana.

También se menciona que el el 58% de la población posee un celular activado y el 47.4% tiene un smartphone, de los cuales el 44.6% se lo utiliza para navegar en redes sociales. Estos datos reflejan que existe un amplio acceso a dispositivos móviles y que a través de estos medios sociales se puede crear una interacción inmediata para la

transmisicon de información, productos, servicios, iniciativas sociales, culturales, entre otras. Las interacciones que se producen promueven el intercambio de ideas de contenido relevantes y accesibles para todos.

En el ámbito local, se describen acciones impulsadas por el Gobierno Provincial, con el fin de la reactivación y promooción turísitica:'*Vive Tungurahua, tu historia sigue aquí'*, asi como **su** página web.[1] Por medio de estas plataformas digitales, se accede a recurso e información de utilidad sobre los destinos turísticos, gastronomía, artesanías y la cultura existente dentro de la provincia, así las personas pueden tener un acercamiento con respecto a estas prácticas. Este tipo de estrategias permite alcanzar objetivos en conjunto que benefician a la comunidad.

Además, por parte del Gobierno Autónomo de Patate (2023), se han creado iniciativas para la creación de contenido para redes sociales de interés turistico y para visibilizar emprendimientos locales, pero aún no existe una adopcion total de estas ya que en internet no se encuentra mucha información qu[1]e facilite al turista entender las alternativas que el turismo en el cantón tiene para ofrecer.

3.1.1.5. Análisis Ecológico

Ecuador se caracteriza por ser el guardián de una extraordinaria biodiversidad a nivel mundial, que cautiva a muchos visitantes por las diferentes actividades que pueden realizar y explorar en la naturaleza. Bajo este contexto, se han desarrollado acciones para su preservación como es el caso de la Estrategia Nacional de Biodiversidad (2024) que propone objetivos para la gestión ecológica del país a través de la incorporación de la biodiversidad en la gestión de políticas públicas, impedir su uso inadecuado para asegurar su conservación, distribuir equitativamente sus beneficios considerando género e interculturalidad y para el fortalecimiento de conocimientos y capacidades a nivel nacional que aprovechen de manera sostenible la biodiversidad y sus servicios. El proceso incluirá talleres liderados por el MAATE y el PNUD y junto el apoyo de organizaciones como la "Cooperación Alemana (GIZ), Conservación Internacional (CI), Fondo Mundial

[1] Página web: www.tungurahuaturismo.com

para la Naturaleza (WWF), Coalición 30×30, Rewild, Wildlife Conservation Society (WCS), The Nature Conservancy (TNC) y el Consorcio para el Desarrollo Sostenible de la Ecorregión Andina (CONDENSAN)" (Programa De Las Naciones Unidas Para El Desarrollo, 2024). Por medio de estas acciones se busca que haya participación y transparencia, para que se pueda edificar una relación armónica en la protección del medio ambiente.

Para trabajar en la protección de la biodiversidad biológica de manera adecuada y efectiva, se debe implementar una serie de estrategias que busquen su conservación y a la vez decante en beneficios tanto para el entorno natural como para la comunidad. Dentro del Plan de Trabajo (2023) se ha propuesto el "Programa de reforestación y reforestación cantonal con la dotación de plantas nativas, en lugares que han sido afectadas por el talado de árboles o áreas que se pueden aprovechar", que hacen que los habitantes sean parte de estas iniciativas y sean conscientes de la riqueza y la responsabilidad que tienen ante el entorno natural. También en la Agenda Tungurahua (2020) menciona que se busca la protección de ecosistemas frágiles y amenazados tales como; los páramos, humedales, bosques andinos y cuencas hídricas de la provincia con el fin de vivir en un ambiente sano y equilibrado.

Al hablar de forma puntual, sobre el turismo ecológico que se describe en el Plan de Desarrollo Turístico del cantón Patate se destacan gracias a sus bondades naturales "…En toda esta zona se encuentra una flora endémica, así como un reservorio de fauna, especialmente aves propias de la región; estos elementos son idóneos para convertir al cantón Patate en un destino del denominado ecoturismo o turismo de naturaleza" (Municipio Descentralizado del cantón San Cristobal de Patate, 2018, p. 10). Tomar medidas para su conservación es primordial para mantener la biodiversidad y la protección de especies endémicas que habitan en estas áreas, más aún cuando en ellas se realizan actividades que acogen al ser humano para ser parte de ellas.

Además, se señala que dentro de atractivos turísticos existe un desgaste en la señalética, que dificulta la orientación e información de los visitantes en el lugar y puede incrementar el riesgo, impacto y maltrato de ecosistemas frágiles que son el refugio de la biodiversidad local. La inadecuada atención a la señalización y a la implementación de información importante resulta en la desinformación generalizada puede llevar a los visitantes a tomar decisiones inadecuadas que puedan afectar a los recursos naturales.

También hay que mencionar la falta de control por parte del Estado continúa siendo un desafío. Por ejemplo, los entes competentes no han establecido restricciones a la pesca incidental. Las primeras denuncias contra proyectos de bonos de carbono se registran en tierra firme, y las zonas protegidas experimentan un abandono por la escasez de presupuesto destina para el Ministerio del Ambiente (Mongabay, 2024).

3.1.1.6.Análisis Legal

La creciente conciencia ambiental y la preocupación por la preservación del medio ambiente ha hecho que países desempeñen un papel fundamental para la creación de leyes ambientales que buscan regular y proteger los recursos naturales. En nuestro país, Ecuador, la legislación ambiental busca la construcción de un futuro sostenible que donde el ser humano puede aportar con este objetivo.

Dentro de las acciones en la legislación vigente en Ecuador, refleja el compromiso con respecto a la preservación de los recursos naturales, es por esto que surge la Ley de Gestión Ambiental, que actúa como un ente central en la aplicación de directrices para evaluar el impacto ambiental, la protección de áreas protegidas y manejo de residuos.

En la Ley de Gestión Ambiental de Ecuador (2004), artículo 1 “establece los principios y directrices de política ambiental; determina las obligaciones, responsabilidades, niveles de participación de los sectores público y privado en la gestión ambiental y señala los límites permisibles, controles y sanciones en esta materia”. Entre los puntos más relevantes de esta ley de destacan:

- Difusión de principios como la solidaridad, reciclaje y el manejo de tecnologías sustentables.

- Promueve el respeto a los derechos de los pueblos indígenas del país, reconoce la relación entre comunidades para su participación y la protección del entorno natural.

- Prioriza la conservación de la biodiversidad, estableciendo áreas protegidas e impulsa la investigación científica para proteger especies de flora y fauna del país.

- Reconocimiento del agua como componente vital en la ecología y la vida diaria, a través de su manejo responsable, que fomenta su conservación y disponibilidad a largo plazo.

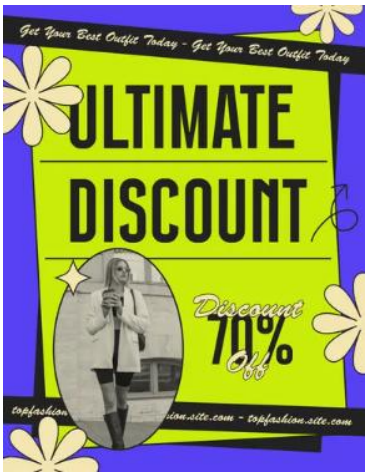
- Establece regulaciones estrictas para reducir emisiones, uso de tecnologías limpias, protección en el cuidado de la calidad del aire y el suelo, y mantener el equilibrio de los ecosistemas.

3.1.2. Tendencias

Las tendencias juegan un papel clave en un proyecto de investigación, ya que influyen en la formulación de ideas, estilos y prácticas que capturan la atención en la sociedad, especialmente dentro de las actividades ecoturísticas y en la manera en que los visitantes interactuan con el entorno natural. Debido a su naturaleza flexible, las tendencias tienden a originarse, evolucionar o desaparecer, lo que permite identificar temás relevantes, áreas emergentes o posibles cambios a lo largo del tiempo, que pueden tener un alcance integral o ser particulares de una región en concreto.

3.1.2.1. Tendencias del Diseño Gráfico 2024

Tabla 2. *Tendencias del Diseño Gráfico 2024.*

Tendencias	Ejemplo
1. Texto tipográfico 3D y burbuja La tipografía en 3D y burbuja se destaca como un recurso que tiene la capacidad de aportar dinamismo y diversion en los diseños, que ha ido ganando terreno en los ultimos años por su estilo lúdico y alegre.	
2. Contraste de colores El uso de costraste de colores seguirá transformandose en el 2024, debido a su implementacion para optomizar la accesibilidad en contenido web. Mejora la estética y la accesibilidad para los usuarios, proporcionando una experiencia visual única, que cumplan con estándares inclusivos y prácticos en el diseño digital.	

3. Suavizado de curvas

El suavizado de curvas ha adquirido popularidad debido a su habilidad para suavizar bordes y generar pantallas más confortables, sin embargo, en 2024 se debe utilizar con precaución, dado que no es compatible con la mayoría de los navegadores web.



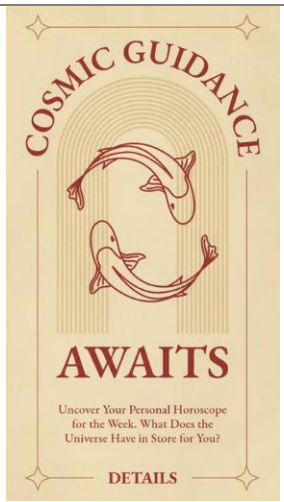
4. Nostalgia de los años 70

El regreso de los estilos gráficos de los años 60 y 70 refleja una tendencia nostálgica en el diseño, donde los creativos buscan recuperar la estética vibrante y audaz de esa época. Con el uso de paletas de colores descoloridos, rayas retro, cuadros y patrones florales, busca evocara nostalgia, a un deseo de autenticidad y conexión emocional.



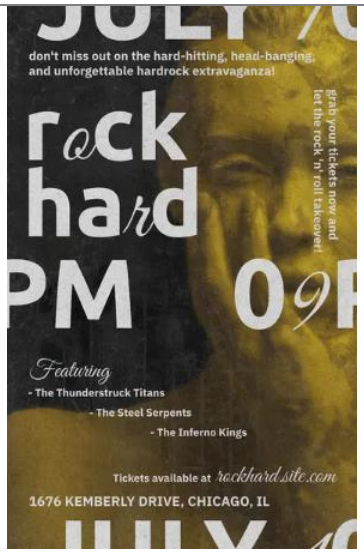
5. Minimalismo vintage

El minimalismo da un toque de simplificación a los diseños y rinde homenaje a épocas pasadas. Esta tendencia conserva la esencia de estilos clásicos con el uso de paleta de colores vintage para crear piezas simples y elegantes pero visualmente impactantes.



6. Antidiseño

La estética gótica marco una tendencia en el 2023 y en este año no es la escepcion. Se caracteríza por su dramtismo, originalidad visual, y rebeldía. Usa combinanciones de fuentes tipograficas, juega con tamaños y grosores, espaciado, superposicion y composiciones laterales. Este estilo es comunmente utulizado para eventos creativos como festivales, cocnciertos, apertura de galerías, entre otros.



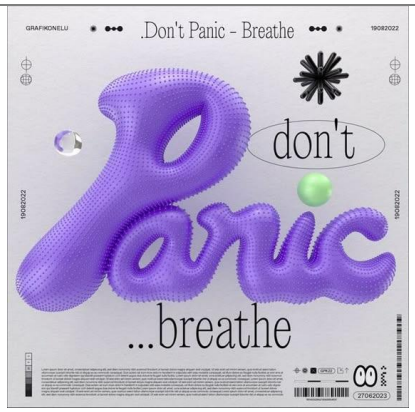
7. Degradados abstractos y transiciones de color

Los degradados se presentan con variaciones mucho más impactantes al emplear colores tradicionales, aportando un toque moderno y refrescante. Estos degradados permiten combinar colores vivos y llamativos con una transición suave entre los tonos, sin sobrecargar al espectador.



8. Textura

La textura permite crear imágenes visualmente atractivas, que tienen la capacidad de conectar a nivel sensorial. Estará más presente en diseños con un toque surrealista y en la tipografía.



9. Geometría

La aplicación de la geometría en el diseño está en auge, con el juego entre formas, patrones y fuentes tipográficas geométricas. Se crea piezas atractivas, modernas, estéticas y equilibradas.



10. Mascotas con ilustraciones y logotipos

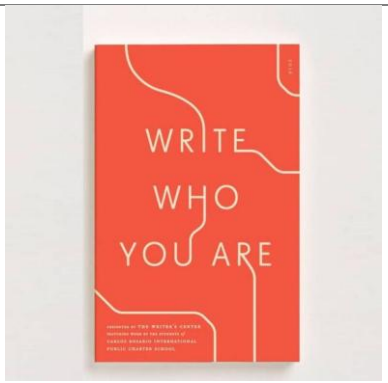
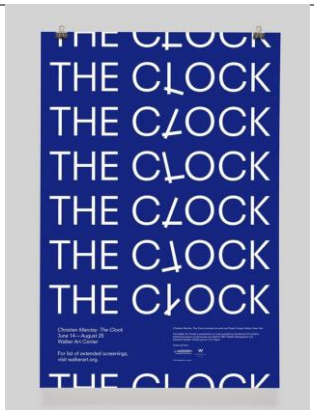
En 2024, los logotipos con mascotas ilustrados cobrarán relevancia, en especial en sectores como alimentos, bebidas, áreas con relación al arte, manualidad y tecnología. Esta tendencia proporciana a la marca afabilidad, accesible y resulta menos intimidante.



Fuente: Adobe Express (2024).

3.1.2.2.Tendencias de Diseño Editorial 2024

Tabla 3. *Tendencias de Diseño Editorial 2024*

Tendencia	Ejemplo
1. Menos es más El diseño editorial se inclina hacia el minimalismo y la simplicidad. En las portadas toma fuerza el estilo limpio que hace que la tipografía resalte, evitando distracciones o el uso de elementos decorativos innecesarios En el diseño del lomo, proporciona un espacio para la creatividad a los diseñadores, que pueden mostrar ideas sencillas o composiciones complejas e innovadoras. Cuando se trata de sagas, se puede optar por la creacion de diseños colectivos que solo se aprecian cuando se juntan todos los volúmenes.	 
2. Tipografía creativa La tipografia se utiliza como un elemento para captar la atención del público, logrando un equilibrio entre el diseño y la legibilidad. Este año, la tendencia resalta el uso de tipografias distintivas y mucho más presentes como protagonistas en portadas.	

3. Colores cautivantes

La eleccion del color en un libro, revista o catálago conlleva un proceso que debe tener un cuidado minucioso, dado su poder de transmitir connotaciones, emociones e incluso texturas. Esta tendencia de 2024, se inclina por colores atrevidos, vibrantes o fluorescentes, aportando de energía y personalidad a las piezas editoriales.



4. Del formato físico al digital

El sector editorial se está adaptando rapidamente con la digitalización. Se espera que poco a poco se pueden integrar en productos editoriales cósdigos QR, elementos interactivos, realidad aumentada y contenido multimedia, para enriquecer y complementar la experiencia de lectura.



5. Sostenibilidad

Con un aumento en el interés por la sostenibilidad y la conservacion del medio ambiente, el diseno editorial implementa materiales reciclados y técnicade de impresión amigables con el entorno. Los diseñadores buscan

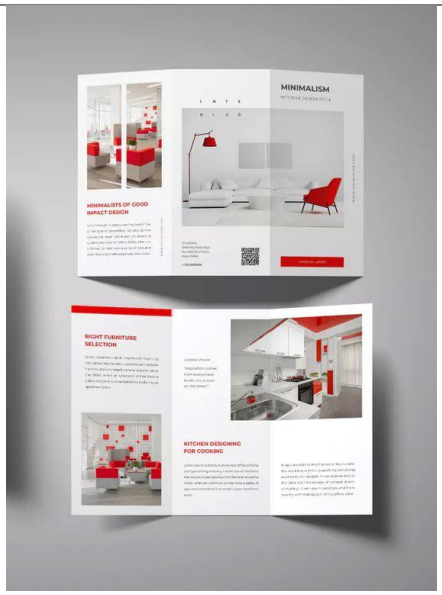


disminuir el uso de tintas y papeles que producen residuos.	

Fuente: Guarro Casas (2024).

3.1.2.3.Tendencias de folletos 2024

Tabla 4. *Tendencias de folletos 2024.*

Tendencia	Ejemplo
1. Minimalismo y simplicidad El minimalismo se mantiene en auge en el 2024, ya que proporciona una manera de comunicr de manera efectiva, que permita resaltar el mensaje y dejar una buena impresión memorable en el público - Claridad y enfoque: no satura de elementos visuales, ya que dirije la mirada hacia información clave a través de la jerarquía visual. - Elegancia y sofisticación: aporta sofisticación, sencilles, equilibrio, exclusividad y armonía. - Versatilidad y adaptabilidad: adaptable en diversos formatos y	

plataformas sin perder calidad, tanto en físico como digital.

- Creatividad y originalidad: la simplicidad permite usar cada elemento con un sentido y creatividad.

- Compromiso y emoción: debe buscar un balance, para que no sea percibido como frío o distante. Se puede integrar detalles emotivos.

2. Tipografía atrevida y contraste de color

Uso de tipografías audaces como respuesta para llamar la atención del espectador dentro de un mercado saturado.



- Fuentes grandes y expresivas: resaltan la información más relevante, da cabida a un punto focal en el folleto, establecen el tomo o personalidad de la marca, producto u empresa.

- Espacios en blanco: es el vacion que equeda entre los elementos. Ayudan a equilibrar los

diferentes elementos dentro de la composición.

- Color: nos da la versatilidad de crear un producto llamativo y memorable,crea un ambiente amigable que guia al lector y enfatiza en ciertos elementos**.**

3. Folletos interactivos y digitales



La manera de presentar la información ha ido evolucionando a la par que la tenologia avanza. Una de la tendencia en el diseño de folletos es el uso de elementos interactivos y digitales que tiene la capacidad de transmitir un mensaje de manera rápida y eficaz.

- Captación y retención de la atención: pueden resaltar entre la multitud de materiales impresos y estáticos.
- Aumento de la participación y conversión: insentivan al usuario a realizar acciones y proporcionan comentarios personalizados al instante,

alineado al comportamiento del usuario.

- Facilidad de actualización y distribución: son fáciles de editar y modificar y pueden ser compartirlos en línea por medio de redes sociales, plataformas, sitios web, aplicaciones, entre otras.

- Desafíos técnicos y de diseño: deben ser adaptables, compatibles, sencillos y receptivos para diferentes dispositivos.

4. Matariales ecológicos



Con el aumento de la cosciencia ambiental, se está tomando medidas para reducir el impacto ecológico. El uso de materiales ecologicos y biodegradables puede reflejar la importancia del ambiente para la empresa o está alineado con su filosofía.

- Imagen positiva: adopción de practicas sostenibles que reflejan un mensaje de responsabilidad y compromiso ambiental.

- Reducción de residuos y costos: uso de materiales reciclados reducen desechos y ahorra costos a largo plazo.

- Calidad estética y táctil mojorada: texturas y colores únicos que aumentan su atractivo visual.

5. Personalización

Consecuencia de la necesidad de transmitir experiencia, que estén adaptadas en un mundo digital que se encuentra plagado de información y cumple las expectativas de los consumidores de ser reconocidos.





- Diseño basado en datos: permite entender de mejor manera el perfil de cada cliente como intereses, comportamiento y expectativas, que ayudan a la creación de folletos paraa grupos en específico.

- Contenido dinámico: se adapta a las necesidades y requerimientos del cliente. Los folletos pueden incluir códigos

QR, etiquetas NFC, realidad aumentada, entre otros.

- Conexión emocional: el público cada vez está más interesado en conocer los valores de la marca, los mismo que posteriormente le llevarán a crear una conexíon auténtica, por medio de narrativas bien estructuradas y elementos evocadores.

6. Narración de historias y atractivo emocional

La esencia de una historia tiene la capacidad de dar una buena impresión del lector y despertar su interés.





- Título atractivo y evocador: es la carta de presentación hacia el lector; de esto dependerá su interés y emoción.

- Narrativa visual: la historia se encuentra respaldada por una serie de imágenes o ilustraciones que impulsen más el mensaje que se desea transmitir.

- Testimonios, citas y estadísticas: esta información refuerzan la

credibilidad y la conexíon que se puede entablar con el lector.

Fuente: FasterCapital (2024).

3.1.2.4. Tendencias de señalética 2024.

Tabla 5. *Tendencias de señalética 2024.*

Tendencia	Ejemplo
1. Personalización y modulación - Personalización: permite destacar la identidad de la marca frente a otros negocios. - Modulación: se adapta a diferentes tamaños y formatos sin requerir otros productos, ideal para respondere a necesidades cambiantes	 
2. Tecnología LED Avanzada Mejora la visibilidad, reduce significativamente costos, no tiene un efecto negativo al no ser tóxico con el medio ambiente y son más utilizados para exteriores por su durabilidad.	

3. Sostenibilidad

El uso de materiales sostenibles se debe al aumento de la consciencia ambiental y la accesibilidad de los clientes que están dispuestos a pagar un poco más por productos que muestren sus valores éticos. Se puede optar por el uso de tecnologías ecológicas como: tintas a base de agua o solventes no tóxicos.



4. Interactividad digital

Presencia de patallas táctiles, realidad aumentada, rótulos creativos, entre otros, hacen que los clientes puedan interactuar con los productos de otra manera y obtener información en el proceso.



5. Conectividad y control remoto

Los diseños de gran impacto visual permiten realizar ajuste a larga distancia, lo que facilita la personalización. Son adaptanles y novedosas para el público creando un impacto visual en cualquier entorno.



Fuente: Moldiber (2024).

3.1.3. Segmentación del mercado potencial

Tabla 6. *Segmentación del mercado potencial.*

Segmentación	Datos
Datos geográficos	
País	Ecuador – diferentes paises extranjeros
Región	Predominan visitantes de la Sierra
Provincia	Predomina Tungurahua y Pichincha
Ciudad	Principalmente Ambato, Guayaquil, Quito y Riobamba
Datos demográficos	
Edad	Principalmente entre 30 – 50 años
Género	Masculino - Femenino
Estado civil	Soltero, casado, divorciado, viudo
Factores socieconómicos	
Ocupación de la población	Prefesionales, empreados públicos y privados, ornitólogos, biologos.
Promedio de ingresos	
Nivel de ingresos	Clase media - alta
Factores psicográficos	
Personalidad	Curiosa, paciente, aventureros.

Estilo de vida	Proactivo, entusiastas, viajeros experienciales
Intereses	Naturaleza, fotografía, actividades al aire libre.

Fuente: Elaboración propia.

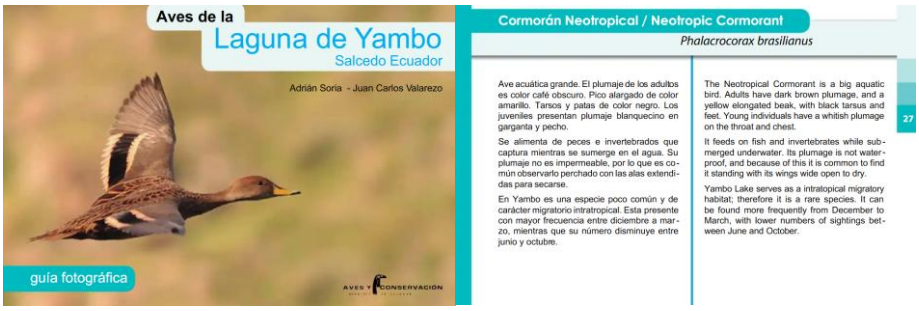
3.1.4. Análisis del sector y del mercado de referencia

El turismo ecológico posee el potencial para transformarse en una alternativa clave para el desarrollo sostenible en el cantón Patate, aunque aún no se ha posicionado es posible observar rastros significativos de iniciativas que aprovechas las bondades caracteriticas del "Valle de la Eterna Primavera". Iniciativas como la Ecorruta Kuri Pishku, ideadas con el fin de resaltar su biodiversidad y promover el aviturismo, aún no hans ido exploradas en toda su plenitus, lo que construye una barrera para poder posicionarse como destino turístico.

El diseño de una guía bilingüe tiene como propocito no solo dar respuesta a esta carencia de información, sino también transformarse en un instrumento que somente el aviturismo, compartiendo la esencia de esta modalida de turismo de manera accesible y contener información básica, sustancial y elementos distintivos que no muchas de las veces contienen las guias de campo comvencionales.Esto permitirá a los visitantes disfrutar de una manera más cercana y familiar, al mismo tiempo que fortalece la economia local y promueve la conservación y la educación ambiental. Como referencia para el desarrollo de este proyecto, se han tomado en cuenta otras guías de aviturismo:

- Aves de la Laguna de Yambo: es un recurso informativo creado con el fin de promover la conservacion de la biodiversidad del cantón Salcedo, Ecuador. Publicada en 2012, la guía fotografica tienen como objetivo involucrar a las comunidades locales en la protección de la naturaleza. Contiene informacion y fotografias de especies de aves registradas en la laguna, asi como consejos y recomendaciones para personas que esten interesadas en la ornitofauna.

Figura 11. *Guía Fotografíca de Aves de la Laguna de Yambo*



Fuente: Soria & Valarezo, (2012)

- Avifauna de Santa Ana de los Cuatro Ríos de Cuenca: elaborada con la colaboracion de la Universidad del Azuay y sus especialistas. Publicada en 2013, esta guía se orienta a los cuencanos, a turistas y personas apasionadas con la observacion de aves y ornotólogos, quienes buscan tener en sus manos una herramienta de consulta para poder apreciar la naturaleza desde otro enfoque.

Figura 12. *Guía Avifauna de Santa Ana de los Cuatro Ríos de Cuenca*



Fuente: Astudillo Webster & Siddons (2013)

- Guía de Aviturismo – Prefectura de Pichincha: es una herramienta dirigidaa a los amantes de las aves y de la naturaleza, que describe cinco rutas diseñadas para la práctica del aviturismo en la provincia de Pichincha. Contiene información puntual sobre cada ruta, incluyendo mapas, localizacion, recorridos, instrucciones sobre como llegar y actividades adicionales que los turistas pueden realizar en la zona.

Figura 13. *Guía de Aviturismo - Prefectura de Pichincha*



Fuente: Prefectura de Pichincha (2023)

- Guía de aves ilustrada Las Aves de Vipis: publicado en 2020, desarrollado gracias a la Concesión Costera de Cartagena BarranquillaS.S. para distinguir la biodiversidad del Caribe, enfocandose en la vifauna. Esta guía está dirigida a locales y visitantes para que puedan identificar 241 especies de aves con el fin de orientar, generar consciencia sobre la presencia del ser humano en el medio ambiente, cambiar la percepcion del lector y fomentar el cuidado de la biodiversidad.

Figura 14. *Guía de Avifauna Las Aves de Vipis*



Fuente: Concesión Costera Cartagena Barranquilla (2023)

El material editorial propuesto se ha creado detalladamente con el objetivo de facilitar información esencial sobre la identificación de aves y lleva un mensaje de trasfondo de conservación de la biodiversidad. Este tipo de herramientas, están dirigidas tanto para locales como turistas que buscan tener información sobre las aves, buscando sensibilizar al lector sobre la importancia que ejerce el ser humano con el entorno natural y el valor que puede generar a futuras generaciones.

3.1.5. Índice de saturación del mercado potencial.

El Valle de la Eterna Primavera posee un gran potencial para el desarrollo del aviturismo, que se presenta como una modalidad de turismo ecológico que fusiona la observación de aves desde una perspectiva que lucha por la conservación ambiental y es menos invasivo tanto para las comunidades como para la naturaleza. Este cantón se distingue por poseer paisajes únicos y una gran biodiversidad que la convierten en el lugar ideal para implementar esta actividad y que la ha hecho merecedora del Primer Pueblo Mágico de Ecuador, el Primer Destino Fototurístico del país y por poseer en su territorio la Ecorruta Kuri Pishku, que " posee un gran potencial para fortalecer al aviturismo como una actividad alternativa de la zona" **(Ministerio de Turismo, 2014)** .Sin embargo, a pesar de las diferentes alternativas y actividades propuestas por personas locales relacionadas con el aviturismo, el desconocimiento de parte de las autoridades de turno ha sido un factor clave que no ha permitido que se aproveche al máximo esta actividad, que impide determinar cuantos turistas actualmente participan o buscan este tipo de turismo dentro del cantón.

En Ecuador, el aviturismo está en crecimiento, debido a la gran biodiversidad que carcateriza al país, considerado uno de los más megadiversos del mundo, ya que alberga a más de 1,600 especies de aves registradas, posicionandose asi, como un lugar atractivo para los observadores de aves **(Larrea Sanchez, 2024)**.

> Cada año más de 6 millones de pajareros salen de sus países de residencia a destinos en otras latitudes, atraídos por las aves. En el mundo existen más de 10 mil especies de aves y en América Latina se alberga el 30% de la avifauna mundial. Ecuador es hogar de 1.722 especies de aves que representa el 16,1% de aves a nivel mundial y es

uno de los países que atiende una importante porción de los birders globales cada año. (Cartay, Mayoral Izaguirre, & Izaguirre-Mayoral, 2020)

Igualmente, dentro del país en lugares como Mindo, Cosanga, Reserva Ecológica Antisana, Parque Nacional Yasuní y el Parque Nacional Podocarpus han consolidado esta actividad, pero existen destinos que pueden aprovechar el potencial de destinos emergentes como en el cantón Patate, donde el mercado no se encuentra saturado y tiene la capacidad de ofrecer una experiencia auténtica.

A diferencia de estos destilos consolidados, Patate promete un escenario prometedor con mínima intervención turísticca, que hace posible que visitantes pueda introducirse en una experiencia única a través de la naturaleza. La Ecorruta Kuri Psihku, posee el potencial óptimo para cautivar a visitantes interesados en internarse en la observación de aves, fotografía ambiental y vida silvestre como herramienta documental, que permite contribuir al conocimiento científico con el fin de preservar ecosistemas e incentivar la sensibilización sobre estos entornos.

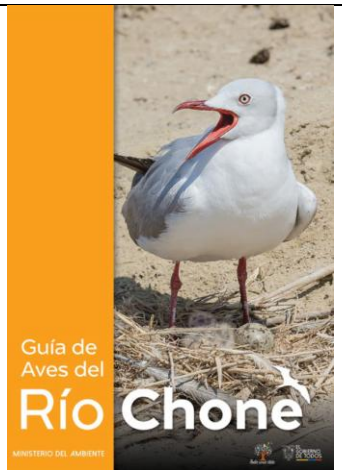
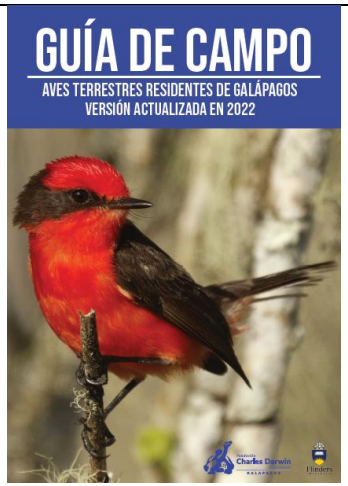
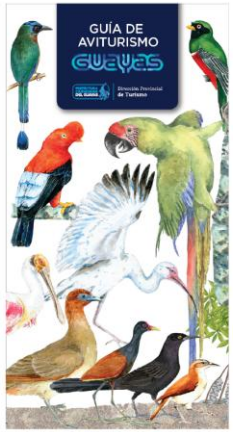
Con el apoyo, gestión, atención adecuada, educación ambiental y turística a las personas locales y promoción efectiva, el cantón Patate tiene todas las herramientas necesarios para posicionarse como un referente del aviturismo en Ecuador, dando paso a una diversificacion de la oferta turistica, promoviendo un modelo de turismo sostenible que atrae beneficios para la comunidad como para el medio ambiente.

3.1.6. Análisis estratégico de la competencia (benchmarking)

El benchmarking es una herramienta que permite el análisis y comparación de proyectos similares para identificar estrategias, tendencias o ciertos componentes importantes que han destacado por su relevacia, impacto o fracaso, con el fin de adoptar o mejorar ciertos elementos que respondan a las necesidades específicas que requiere el proyecto. Según Spendolini (2005) "…es un proceso sistemático y continuo para evaluar los productos, servicios y procesos de trabajo de las organizaciones que son reconocidas como representantes de las mejores prácticas, con el propósito de realizar mejoras organizacionales" (p. 1).

A continuación, se presenta un análisis relacionado con el producto editorial, en este caso, guías turísticas mediante una tabla comparativa, destacando los aspectos de diseño y contenido para extraer ideas que aporten al desarrollo de la propuesta.

Tabla 7. *Análisis de guías turísticas de aviturismo*

Parámetros	Guía 1	Guía 2	Guía 3	Guía 4
Título	Guía de Aves del Río Chone	Guía de campo: aves terrestres residentes de Galápagos	Guía de aviturismo Guayas	Merlin Bird ID
Institución	Ministerio del Ambiente	Fundación Darwin Foundation	Prefectura Ciudadana del Guayas	Laboratorio de Ornitología de Cornell
Portada				

Formato	Pdf con formato A4, horientación vertical.	Pdf con formato A5, horientación vertical.	Pdf con formato menor a A5, horientación vertical.	No aplica (aplicación)
Tipografía	Sans Serif - Serif	Sans Serif	Sans Serif	Sans Serif
Cromática	Estatus de conservación y tipos de aves determinados por colores específicos.	Estatus de conservación y tipos de aves determinados por colores específicos. Tonos tierra.	Uso de colores corporativos y que representen a la naturaleza (tonos verdes).	Uso de color blanco, negro y verde, con variaciones.
Objetivo	Promoción de redes ecológicas de rutas migratorias de aves y áreas protegidas. Dirigido a personas con un nivel intermedio.	Investigación y monitoreo de aves terrestres. Dirigido a personas con un nivel intermedio – alto.	Dar a conocer a visitantes y locales sobre especies de aves, características y peculiaridades como alternativa de turismo responsable. Dirigido a visitantes y locales	Proporcionar información aves de todo el mundo. Es un asistente de campo personalizable. Dirigido a principiantes y de nivel intermedio.
Tono y estilo	Informativo, amigable, instructivo	Informativo, confiable, amigable.	Informativo, amigable, instructivo, claro.	Informativo, instructivo, claro, didáctico.

Elementos gráficos	Mapas, íconos, fotografías.	Fotografías, formas geométricas, mapas.	Íconos, fotografías, mapas, formas geométricas.	Fotografías, íconos, sonidos, mapas.
Turismo ecológico	Promoción de redes ecológicas.	Investigación y monitoreo de aves terrestres de las Islas Galápagos.	Implementar al aviturismo como una opción de turismo responsable en Guayaquil.	Crear una comunidad de observadores de aves, los mismos que pueden compartir información dentro de la aplicación.
Contenido	Descripción de aves, hábitat, hábitos, tamaño, uso de la guía, simbología.	Descripción de aves, su estatus y formas de ayudar a la fundación.	Descripción de aves, su importancia, categorías, modo de uso de la guía, anatomía de un ave, hot spots.	Descripción de especies, fotografía, iconos, distribución, sonidos.
Nº de páginas	94	52	100	No aplica (aplicación)
Links	https://acortar.link/74Mf5b	https://acortar.link/gOZDX4	https://acortar.link/wDlCiJ	https://acortar.link/zwNZpR Disponible en la Play Store

Fuente: Elaboración propia.

Conclusión:

Las guías de campo de aviturismo analizadas exhiben diferentes propósitos que de igual manera se dirigen a diferentes tipos de público y necesidades. Las tres primeras guías se encuentran en formato PDF, las mismas que poseen información destallada y educativa sobre las diferentes especies de aves, su conservación, cuidado de los hábitats naturales y su práctica responsable, partiendo desde un mensaje ecológico, dirigido a personas que poseen un nivel intermedio a avanzado dentro de esta práctica. En todas ellas podemos apreciar el uso de tipografías sans serif, lo que permite mostrar la información de manera legible, manteniendo un estilo moderno y afable. En cuanto a la aplicación Merlin Bird ID, destaca por su interactividad, adaptándose a las necesidades del usuario a quien permite personalizar distintas acciones, haciendo mucho más dinámica su experiencia, sin embargo, si se desconoce del tema, será superficial su uso y no logrará el objetivo deseado para su máximo aprovechamiento.

3.2. Análisis interno

El análisis interno es una herramienta valiosa que permite tener un panorama amplio a cerca del proyecto, con el objetivo de identificar fortalezas y debilidades existentes y a la vez las oportunidades y amenazas que se originan del entorno, y asi establecer estratégias y soluciones para su óptimo desarrollo.

3.2.1. Análisis FODA

3.2.1.1. Fortalezas

- Políticas públicas que apoyan a la preservación natural y cultural de las comunidades, promoviendo el turismo sostenible.
- Cooperación entre instituciones que fomentan el crecimiento del sector turístico.
- Apoyo a emprendimientos locales que fortalecen la economía y la participación de la ciudadanía.

- El sector agrícola, que forma parte del turismo ecológico, ofrece un atractivo turístico único en el cantón Patate
- Biodiversidad única del cantón Patate.
- Participación de la comunidad en el desarrollo de actividades turísticas.
- Incremento en la demanda del turismo ecológico como consecuencia de la pandemia de COVID-19.

3.2.1.2. Oportunidades

- Desarrollo de programas como “Rincones Mágicos” y “Destinos Turísticos Inteligentes”.
- Interés a nivel mundial sobre experiencia sostenibles, representa una oportunidad para que Patate pueda ser reconocudo por el turismo ecológico.
- La Ley de Turismo permite incentivos a las municipalidades para desarrollar proyectos en turismo.
- Aumento en la conciencia ambiental entre visitantes y personas de la localidad.
- Uso de aplicaciones móviles para obtener información requerida, que permita mejorar la experiencia del turista y su interacción con el entorno.’
- Creación de materiales bilingües que facilite el ingreso de visitantes extranjeros amplía el público objetivo.
- Interés en el bienestar físico y mental de los visitantes que los lleva a buscar experiencias que se puedan realizar al aire libre.
- Desarrollar el aviturismo en la Ecorruta "Kuri Pichku" con el objetivo de aprovechar su potencial para la observación de aves, promoviendo de manera adecuada la biodiversidad local y atrayendo turistas interesados en esta actividad.

3.2.1.3. Debilidades

- El cantón Patate posee mayor relevancia y dependencia el sector agrícola, puede representar una limitación al no poner mayor atención a otras actividades que pueden favorecer a su economía.
- Falta de señalética y materiales promocionales.
- Infraestructura turística insuficiente.
- Patate aún no se posiciona como destino turístico.
- El turismo ecológico a menudo depende de las condiciones climáticas.
- Escasez de información sobre atractivos ecológicos.
- Desconocimiento del destino y de actividades turísticas.
- Asignación presupuestaria limitada para el sector turístico.
- Carencia de planificación y coordinación entre instituciones.
- Escaso interés de las autoridades.
- Ausencia de material informativo.
- Canales de comunicación limitados pueden dificultar que las personas conozca la oferta turística.

3.2.1.4. Amenazas

- Aumento de la inseguridad en el país, lo que puede desmotivar las visitas e inversiones.
- La crisis energética afecta en la operación turística.
- Competencia con otros destinos turísticos aledaños
- Dependencia de presupuestos gubernamentales

- Migración de personas por busqueda de oportunidades.
- Posibles regulaciones que restringen el acceso a áreas naturales.
- Cambios en los ecosistemas pueden modificar la experiencias del turismo ecológico.
- Sobreexplotacion de recursos naturales pueden afectar a la biodiveresidad.
- La afluencia de visitantes hacia destinos de turismo masificado podría disminuir la demanda e interés ante el turismo ecológico.

3.2.1.5. Cuadro resumen del análisis FODA

Tabla 8. *Resumen del análisis FODA*

Fortalezas	Debilidades
1. Biodiversidad única del cantón Patate. 2. Políticas públicas que apoyan a la preservación natural y cultural de las comunidades, promoviendo el turismo sostenible. 3. Apoyo a emprendimientos locales que fortalecen la economía y la participación de la ciudadanía. 4. Participación de la comunidad en el desarrollo de actividades turísticas. 5. Incremento en la demanda del turismo ecológico como consecuencia de la pandemia de COVID-19. 6. El sector agrícola, que forma parte del turismo ecológico, ofrece un atractivo turístico único en el cantón Patate. 7. Cooperación entre instituciones que fomentan el crecimiento del sector turístico.	1. El cantón Patate posee mayor relevancia y dependencia del sector agrícola, lo que puede representar una limitación al no poner mayor atención a otras actividades que pueden favorecer a su economía. 2. Patate aún no se posiciona como destino turístico. 3. Falta de señalética y materiales promocionales. 4. Infraestructura turística insuficiente. 5. Escasez de información sobre atractivos ecológicos. 6. Desconocimiento del destino y de actividades turísticas. 7. Carencia de planificación y coordinación entre instituciones. 8. Asignación presupuestaria limitada para el sector turístico. 9. Canales de comunicación limitados que pueden dificultar que las personas conozcan la oferta turística. 10. El turismo ecológico a menudo depende de las condiciones climáticas.

	11. Ausencia de material informativo. 12. Escaso interés de las autoridades.
Oportunidades	**Amenazas**
1. Desarrollo de programas como “Rincones Mágicos” y “Destinos Turísticos Inteligentes”. 2. Interés a nivel mundial sobre experiencias sostenibles, representa una oportunidad para que Patate pueda ser reconocido por el turismo ecológico. 3. La Ley de Turismo permite incentivos a las municipalidades para desarrollar proyectos en turismo. 4. Aumento en la conciencia ambiental entre visitantes y personas de la localidad. 5. Uso de aplicaciones móviles para obtener información requerida, que permita mejorar la experiencia del turista y su interacción con el entorno. 6. Creación de materiales bilingües que facilite el ingreso de visitantes extranjeros y amplíe el público objetivo. 7. Interés en el bienestar físico y mental de los visitantes que los lleva a buscar experiencias que se puedan realizar al aire libre.	1. Aumento de la inseguridad en el país, lo que puede desmotivar las visitas e inversiones. 2. La crisis energética afecta en la operación turística. 3. Competencia con otros destinos turísticos aledaños. 4. Dependencia de presupuestos gubernamentales. 5. Migración de personas por búsqueda de oportunidades. 6. Posibles regulaciones que restringen el acceso a áreas naturales. 7. Cambios en los ecosistemas pueden modificar la experiencia del turismo ecológico. 8. Sobreexplotación de recursos naturales puede afectar a la biodiversidad. 9. La afluencia de visitantes hacia destinos de turismo masificado podría disminuir la demanda e interés ante el turismo ecológico.

8. Desarrollar el aviturismo en la Ecorruta "Kuri Pichku" con el objetivo de aprovechar su potencial para la observación de aves, promoviendo de manera adecuada la biodiversidad local y atrayendo turistas interesados en esta actividad.	
Estrategias FO	**Estrategias DO**
F1O8: Descripción de aves comunes, su hábitat, características acompañado de fotografías, ilustraciones y el diseño de mapas que señalen servicios, puntos de observación o particularidades dentro del sendero. F4O6: Uso de íconos universales comprensibles, escritura amigable y secciones interactivas en ambas lenguas. F7O5: Uso de códigos QR en la guía y señalética, que dirijan a los usuarios a recursos adicionales, como aplicaciones complementarias para registrar avistamientos realizados dentro del lugar, sonidos y relatos. F6O3: Diseño de un apartado que mencione emprendimientos y servicios clave.	D6O5: Incluir sección en la guía donde se incluya un checklist donde los visitantes puedan registrar aves observadas que se encuentran en la guía. D2O1: Incluir una introducción con la historia de Patate, su biodiversidad y su identidad como “Rincón Mágico” en la guía.
Estrategias FA	**Estrategias DA**
F2A8: Diseñar señalética con materiales sostenibles y mensajes educativos sobre prácticas respetuosas con el ambiente y la fauna local. F1A7: Diseño de señalética en el inicio del sendero que incluya información clave como aves que se pueden encontrar, altitud, tiempo estimado de recorrido, dificultad, y equipo recomendado.	D3A6: Incluir en la guía una sección catalogada “El Mundo de las Aves”, donde se compartan datos interesantes sobre diversas especies.

F4A6: Integrar señalética en puntos estratégicos del sendero indicando el tiempo restante o estimado para completar el recorrido, ofreciendo orientación útil a los visitantes.	

Fuente: Elaboración propia

3.3. Pedido de diseño

Para el desarrollo de la elaboración de este producto editorial, se toma en cuenta la solicitud directa por parte de la persona encargada del área de turismo del municipio de Patate, quien mencionó que requerian de un recurso informativo que permita dar a conocer a los visitantes a cerca de este atractivo turístico, ya que actualmente pocas personas saben de la existencia e importancia de la ecorruta, lo que impide que este lugar se catapulte como un destino destacado en aviturismo.

Objetivo del municipio: difundir y promocionar la Ecorruta Kuri Pishku a través de una guía turística bilingüe.

Descripción del proyecto:

- **Misión:** promover el aviturismo, cuidado del medio ambiente.
- **Valores:** conservación.

Datos técnicos del proyecto:

- **Actividades realizadas en la ecorruta:** caminata, observación de flora y fauna.
- **Información que debe contener la guía:** ubicación, información de las aves, mapas de los senderos con más proyección al aviturismo como son Mesa Tablón, Mundug, Platuquiral, Platupamba y Nido del Ángel e información en dos idiomas.
- **Elementos indispensables:** información precisa y actualizada, fotografía de las aves y señalética que responda a las necesidades presentes.

Datos del mercado:

- **Publico objetivo:** público general.
- **Perfil del turista:** nacional; aventurero.
- **Palabras que definen a la ecorruta:** flora y fauna

3.4. Rentabilidad

El aviturismo, al ser una actividad que llegó de manera tardía a nuestro país, existen pocas guías turísticas para este tipo de práctica, ya que las que existen están dirigidas mayormente a personas que cuentan con un nivel de conocimiento medio a alto sobre el tema. Esto genera un espacio que puede ser aprovechado para estructurar una guía de aviturismo mucho más accesible, tando para principiantes como expertos, que pueda ser implementada en la Ecorruta Kuri Pishku. Este proyecto busca satisfacer la creciente ola de demanda dentro del turismo alternativo, con el que se busca promover la educación ambiental y la sensibilizacion con la naturaleza a través de espacios adecuados que atraigan a diferentes visitantes y facilitar su acercamiento al aviturismo, la guía apoyará al avance de la economía local y la consolidación del turismo sostenible.

CAPÍTULO IV

4. DISEÑO METODOLÓGICO

4.1. Método

Para el siguiente proyecto se aplicará el método deductivo, el mismo que servirá como herramienta para obtener información puntual de las áreas de estudio requeridas. Este método permitirá partir de conceptos generales para posteriormente especificar elementos en concreto dentro del proyecto.

El método deductivo acorde con Abreu (2014) se puede comprender como:

> El método deductivo permite determinar las características de una realidad particular que se estudia por derivación o resultado de los atributos o enunciados contenidos en proposiciones o leyes científicas de carácter general formuladas con anterioridad. Mediante la deducción se derivan las consecuencias particulares o individuales de las inferencias o conclusiones generales aceptadas. (p. 6)

También, Monroy Mejía & Nava Sanchezllanes (2018) menciona que :

> Este conocimiento se obtiene de lo general a lo particular, Aplicando las reglas de inferencia. Cuando se observa que entre los elementos tienen propiedades comunes se deduce que el hecho o fenómeno tiene las mismas características, cualidades o propiedades, por lo tanto, se inserta en dicha teoría o ley. (p. 67)

A raíz de lo expuesto, se puede mencionar que el método deductivo será util en el desarrollo del proyecto, ya que, al apoyarse en conocimientos precedentes de las distintas áreas de estudio, permite su aplicación en el diseño de productos editoriales que se implementará en la Ecoruta Kuri Pishku, alineados con los objetivos del proyecto.

4.2. Enfoque del proyecto

El enfoque investigativo será cualitativo debido a su capacidad de profundizar de manera detallada los diferentes fenómenos que se desea analizar. Según Marcelo Gómez (2009), indica que este enfoque se basa en el uso de métodos de recolección de datos, en

donde no existe la medición numérica. Hace uso de descripciones profundas e interpretaciones de fenómenos. Normalmente, las preguntas e hipótesis se originan dentro del marco del proceso de investigación, y se desplazan entre los eventos y su interpretación. Su objetivo es "reconstruir" la realidad de los actores de un sistema social previamente definido.

Al hablar sobre cuáles son las bondades que posee la investigación cualitativa, Rodríguez, Gil Flores y Garcés Jiménez (1996) citado por Cruz del Castillo (2014), explican que:

> Los investigadores cualitativos estudian la realidad en su contexto natural, tal como sucede, intentando sacar sentido de, o interpretar, los fenómenos de acuerdo con los significados que tienen para las personas implicadas. La investigación cualitativa implica la utilización y recogida de una gran variedad de materiales que describen la rutina y las situaciones problemáticas y los significados en la vida de las personas (p. 200).

Mediante un enfoque cualitativo, se recopilará y analizará información que posibiliten comprender los fenómenos investigados desde la perspectiva y experiencia de los actores involucrados, ofreciendo una visión detallada de la realidad social, cultural y ambiental. Este enfoque es flexible, adaptable y promueve una reflexión constante frente a la realidad estudiada, capaz de proporcionar una base sólida que identifique las oportunidades y desafíos dentro del proyecto, lo que facilitará la creación del material propuesto.

4.3.Modalidad

4.3.1. Investigación Bibliográfica

Este tipo de investigación es importante para cualquier trabajo de carácter académico, ya que permite identificar vacios de conocimiento, tendencias emergentes y diferentes áreas de que se pueden aprovechar en el campo de estudio. Como menciona la Universidad de la República de Uruguay (2020):

> La calidad de un trabajo académico dependerá directamente de una investigación bibliográfica pertinente, eficaz y exhaustiva. Entendemos por investigación bibliográfica a la etapa de la investigación científica donde se explora la producción de la comunidad académica sobre un tema determinado. Supone un conjunto de actividades encaminadas a localizar documentos relacionados con un tema o un autor concretos. Nos permite conocer el estado del arte de lo que estamos investigando y es por lo tanto el punto de partida en el que debe basarse cualquier trabajo científico. (p. 1)

4.3.2. Investigación de Campo

Para Martínez Ruiz y Avila Reyes (2012) , esta investigación se caracteriza por estar guiada en la búsqueda de información desde el lugar y el tiempo donde se encuentra el tema de estudio. Es la más indicada para averiguar los fenómenos que ocurren, dentro de la naturaleza o desde un carácter social. Bajo este contexto, se recogerá información a través del análisis de contenidos para construir una base teórica sólida, entrevistas a profesionales que contribuyan con conocimientos y perspectivas y encuestas a visitantes para obtener una perspectiva diferente y cercana de la problemática para dar una respuesta a los intereses del público objetivo.

4.4. Niveles de investigación

4.4.1. Exploratorio

Luciano Pérez, Rubén Perez y María Seca (2020) afirman que cuando nos adentramos en un tema que ha sido poco estudiado o no ha sido investigado previamente, nos planteamos este tipo de alcance. El objetivo de los investigadores es comenzar a descubrir certezas, definiciones y conceptos útiles, ya que, cuando empiezan a trabajar con este alcance no se cuenta con mucha bibliografía respaldada.

El propio nombre de "exploratorio" tiene que ver con eso: entrar en lo desconocido.

El nivel exploratorio, su objetivo es conocer temas o información que no han sido estudiadas con profundidad o son desconocidos, lo que permite que investigadores

empezar desde lo fundamental como conceptos básicos, elementos relevantes y las diferentes variables que se adentran en el fenómeno que ayudan a la construcción de una base teórica para estudios posteriores.

"Sus objetivos estarán orientados a determinar cuáles son los hechos, conceptos y variables relevantes del fenómeno que estamos investigando" (Gómez, 2009).

4.4.2. Descriptivo

Por medio del enfoque descriptivo se puede establecer un conocimiento minusioso sobre elementos que son parte del fenómeno en estudio, ayudando en el análisis de sus características y sus peculiaridades. Según Hernández Sampieri, Fernández, & Baptista Lucio (2003):

> Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas. **(p. 124)**

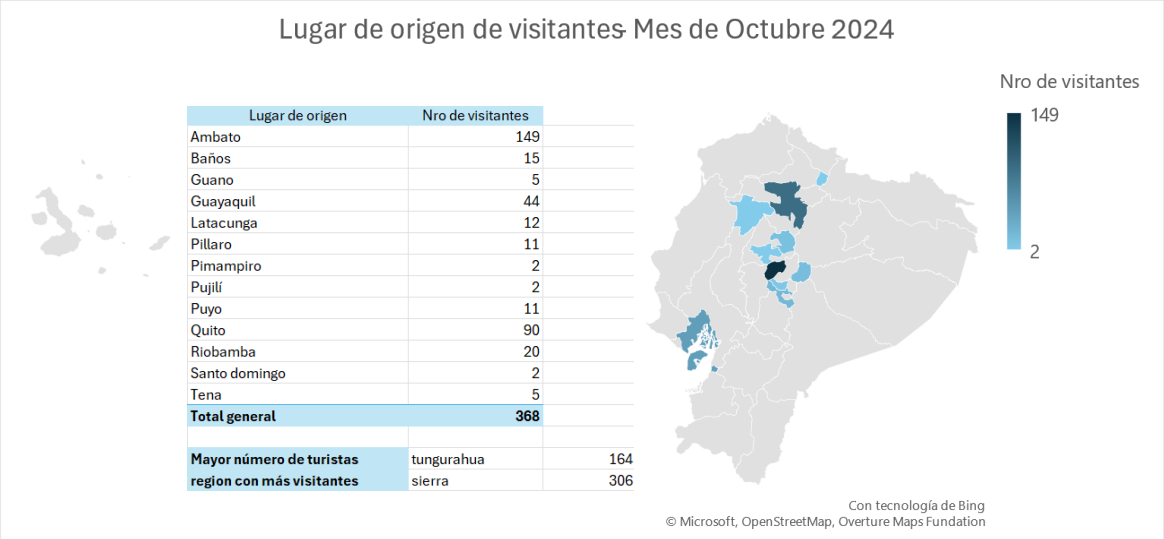
Además, permite observar y comprender fácilmente las diferentes facetas de un fenómeno, evento o situación que pueden pasar desapercibidos en estudios con un enfoque mucho más general, lo que permite a los investigadores recopilar información que les ofrezca una visión amplia del sujeto de estudio.

A través de los objetivos planteados, se recopila información sobre las especies de aves, rutas, servicios y zonas de interés dentro de la Ecorruta Kuri Pishku mediante investigación de campo e investigación bibliográfica. Luego a través de esta base informativa se realiza un estudio de mercado para identificar los intereses de los visitantes, aplicando encuestas y un focus group a guías locales. Finalmente, se definen criterios de diseño para el desarrollo del producto editorial, apoyados en la revisión bibliográfica y asesoramiento de expertos.

4.5. Población y muestra

Durante la entrevista realizada a Evelyn Chicaiza, directora del Departamento de Turismo de Patate, se facilitaron registros de las personas que visitaron el punto de información, ubicado en el parque principal de la ciudad durante los fines de semana correspondientes al mes de octubre del presente año, donde se puede observar que la mayoría de visitantes son de la sierra ecuatoriana.

Figura 15. *Lugar de origen de visitantes del cantón Patate – Mes de Octubre 2024*



Lugar de origen	Nro de visitantes
Ambato	149
Baños	15
Guano	5
Guayaquil	44
Latacunga	12
Pillaro	11
Pimampiro	2
Pujilí	2
Puyo	11
Quito	90
Riobamba	20
Santo domingo	2
Tena	5
Total general	**368**

Mayor número de turistas	tungurahua	164
region con más visitantes	sierra	306

Fuente: Elaboración propia.

Cabe destacar que estos datos no representan el total de visitantes al cantón, sino únicamente a quienes se acercaron para solicitar información sobre actividades disponibles en la zona. Además, es importante mencionar que dentro del Departamento de Turismo no existen registros reales sobre el número total de turistas que llegan al lugar, ni de aquellos interesados de manera particular en el aviturismo, ya que esta actividad aún no ha sido plenamente explorada en el cantón. Por ello, no es posible determinar una cantidad específica de turistas interesados en el aviturismo.

A fin de conseguir los resultados de la investigación es primordial el identificar la muestra con la que se trabajará para la aplicación técnicas como de instrumentos para la recolección de información requerida. Por medio de estas herramientas se podrá comprender de mejor manera la situación actual sobre el tema planteado, como lo señala Hernández (2001) que menciona que:

> El investigador social tiene como objetivo final buscar conclusiones sobre un gran número de personas (población); para ello no estudia todo el conjunto, sino una parte significativa (muestra). Población y muestra, juntamente con sus relaciones, constituyen el protagonismo de la Estadística inductiva**.** (p. 127)

De igual manera, en la presente investigación se recurrirá a la técnica del focus group, implementada a una muestra seleccionada mediante un muestreo no probabilístico. Este tipo de muestreo "permite seleccionar con una clara intención o por criterio preestablecido… una representatividad de la población" (Niño Rojas, 2011, p. 57). La muestra estará constituida por un grupo de personas que poseen gran relevancia en la construcción que incentivan acciones ambientales y del desarrollo de propuestas sostenibles, como el aviturismo, a nivel nacional como local, con el fin de ahondar mucho más en sus intereses, problemáticas, perspectivas, percepciones y necesidades, proporcionando información primordial para el progreso de la investigación.

Tabla 9. *Perfil de las personas que integran el Focus Group*

Perfil	**Rol en el Focus Group**
Turistas de aviturismo y representantes de la organización Cumbres Blancas.	Aportan con información acerca de sus motivaciones, intereses, expectativas y problemáticas que presentan en la observación de aves. Brindan su opinión acerca de la biodiversidad y la correcta gestión ambiental que se debe lograr en áreas naturales como turistas.

Guías locales de ornitología	Comparten conocimientos básicos y prácticos sobre la observación de aves, manejo de instrumentos, marcas de campo y las necesidades del turista. Describen desde su perspectiva las problemáticas y oportunidades que representa el aviturismo en el cantón.
Biólogo	Proporciona información general y técnico sobre especies de aves, cuidado de los ecosistemas y la relevancia con respecto al cuidado de la naturaleza.
Emprendedores locales	Ofrecen una perspectiva económica y social, subrayando como el aviturismo tiene la capacidad de generar beneficios a través de la adopción del turismo ecológico, en favor de emprendimientos locales que protegen la biodiversidad local y generan ingresos.

Fuente: Elaboración propia.

Asimismo, es fundamental recabar información puntual mendiante entrevistas a expertos en áreas como relacionadas con el turismo, diseño gráfico, diseño editorial, turismo sostenible, aviturismo, señalética y ornitología. Cada uno de estos perfiles ayudará con el aporte de diferentes criterios que complementará el analisis de la propuesta, los mismo que se muestran a continuación:

Tabla 10. *Perfil de entrevistas*

Fuente de información	Perfil	Cantidad
Departamento de turismo GAD Patate	Autoridades locales del GAD Patate, director o encargado de Turismo.	1
Entrevistas a expertos relacionados con Turismo Sostenible y Aviturismo	Guías especializados en aviturismo, turismo sostenible, biólogos enfocados en ornitología.	3
Profesionales en Diseño Gráfico	Diseñadores gráficos que conozcan y trabajen con temas relacionados con señalética turística y diseño editorial enfocado en guías, folletos y materiales impresos.	3

Fuente: Elaboración propia.

4.6. Técnicas e instrumentos

4.6.1.1.Entrevistas

María de los Ángeles Monroy y Nelisahuel Nava (2018) mencionan que esta técnica de recolección de datos se ejecuta cuando el investigador se reúne con el informante, quien posee información y experiencia sobre el tema de estudio para que el investigador pueda comprender el problema de cerca.

Para que el desarrollo de una entrevista sea eficaz, es importante que el investigador posea habilidades interpersonales y de escucha activa, ya que le permiten generar un ambiente afable, en donde el entrevistado se sienta cómodo y capaz de transmitir su conocimiento. También, la adaptabilidad y flexibilidad en el transcurso de la conversación tienen la capacidad de enriquecer el proceso ya que se puede obtener respuestas más profundas y auténticas que aportan mucho más al tema de estudio.

"No es herramienta mecánica, sino que está profundamente influenciada por el entrevistador y por sus características, así como por las del entrevistado y su contexto" (Ruiz Olabuénaga, 2012, pp. 122-123).

Para la realización de las entrevistas, se tomó en cuenta el marco conceptual generado en este trabajo. Los perfiles de los entrevistados fueron seleccionados en función de su experiencia y formación en áreas puntuales que se encuentran dentro de la propuesta.

Cuestionario para la Entrevista con la Encargada del Departamento de Turismo de Patate

Objetivo: Obtener información sobre el pedido de diseño de la guía turística para la Ecorruta Kuri Pishku, su importancia y los elementos clave que debe incluir.

Tabla 11. *Cuestionario para Encargada del Departamento de Turismo de Patate*

No	Pregunta
1	¿Cómo surgió la idea de la Ecorruta 'Kuri Pishku?
2	¿Qué objetivos se pretenden alcanzar con el desarrollo de esta ruta?
3	¿Cuál fue la razón detrás de la petición del municipio para desarrollar la guía?
4	¿Por qué acuden principalmente los turistas a Patate?
5	¿Cuántos senderos componen la Ecorruta 'Kuri Pishku'? ¿Cuál es el más importante?
6	¿Existen emprendimientos o actividades económicas que se desarrollan a lo largo de la ruta, y cómo contribuyen al turismo y a la comunidad local?
7	¿Qué canales y plataformas se utilizan para la difusión de la Ecorruta 'Kuri Pishku'?
8	¿La visita a la Ecorruta 'Kuri Pishku' tiene algún costo para los turistas?
9	¿Existe señalización a lo largo de la Ecorruta 'Kuri Pishku'? ¿En qué condiciones se encuentra?

10	¿En el transcurso de la ruta hay señalética?
11	¿Por qué es necesario que la guía sea bilingüe?
12	¿Existen guías para la Ecorruta 'Kuri Pishku'? ¿Los guías son remunerados?
13	¿Para estar en contacto con los guías, se necesita pagar un valor adicional? ¿Como se puede contactar con ellos?
14	¿Qué tipo de turistas predominan en la Ecorruta 'Kuri Pishku'? ¿Son más nacionales o internacionales?
15	¿En qué días se realizan las actividades en la Ecorruta 'Kuri Pishku'?
16	¿Cómo pueden los turistas ser parte de los recorridos guiados en la ruta?
17	¿Los turistas deben llevar sus propios instrumentos para el avistamiento de aves, o el municipio proporciona algún equipo?
18	¿Tal vez conoce del valor que cobran los guías?

Fuente: Elaboración propia.

Cuestionario para la Entrevista con el Guía Especializado en Ornitología

Objetivo: Evaluar las barreras actuales para el desarrollo del aviturismo en la Ecorruta Kuri Pishku, analizar el apoyo disponible, la necesidad del desarrollo de la guía turística y señalética, y proporcionar recomendaciones para mejorar la ruta a través de la guía.

Tabla 12. *Cuestionario para guía especializado en ornitología*

No	**Pregunta**
1	¿Cuáles cree que son las principales barreras para el desarrollo del aviturismo aquí en Patate?
2	¿Considera que las comunidades locales ven al aviturismo como una oportunidad para el desarrollo económico o hay cierta resistencia o desconocimiento sobre la actividad?

3	¿Cree que falta promoción adecuada o canales de difusión para dar a conocer el potencial del aviturismo en Patate es importante?
4	¿Podría mencionar algunos factores que han permitido que otros lugares desarrollen el aviturismo con éxito?
5	¿Qué amenazas enfrentan las especies y el ecosistema dentro la Ecorruta Kuri Pishku?
6	¿Cómo puede el ecoturismo ayudar a la conservación de estas especies y del ecosistema en general?
7	¿La falta de información y guías especializadas afecta el crecimiento de esta actividad?
8	¿Para esta actividad es más útil tener una herramienta digital o física?
9	¿Cómo describiría el perfil típico del turista interesado en el aviturismo en la Ecorruta Kuri Pishku? ¿Cuáles son sus preferencias e intereses principales al visitar una ruta de observación de aves?
10	¿Qué aspectos cree que son importantes que posea y sean de utilidad en una guía de aviturismo para las personas que practican esta actividad?
11	¿Qué señalética considera necesaria para guiar a los turistas de manera segura sin afectar el entorno natural?

Fuente: Elaboración propia.

Cuestionario para la Entrevista con Biólogo

Objetivo: Obtener una mirada general sobre el potencial como destino de aventurismo en Ecuador, a través de la identificación de un perfil del turista, sus necesidades, y la información primordial para la guía turística, además de sugerencias en cuanto a señalética presente en entornos naturales.

Tabla 13. *Cuestionario para entrevista a Biólogo.*

No	Pregunta
1	Desde su experiencia como biólogo, ¿cómo describiría el potencial de Ecuador para el aviturismo?
2	¿Qué características hacen que Ecuador sea un destino ideal para observadores de aves?
3	¿Qué características hacen que Ecuador sea un destino ideal para observadores de aves?
4	¿Podría mencionar ejemplos que han permitido que otros lugares desarrollen el aviturismo con éxito?
5	¿Cómo describiría el perfil típico del turista interesado en el aviturismo? ¿Cuáles son sus preferencias, intereses y motivaciones principales al visitar una ruta de observación de aves?
6	¿La falta de información y guías especializadas afecta el crecimiento de esta actividad?
7	¿Qué tipo de información considera indispensable incluir en una guía turística enfocada en la observación de aves?
8	¿Qué tipo de señalética considera más adecuada para una Ecorruta enfocada en aviturismo?
9	Desde su perspectiva, ¿qué materiales y diseños son más duraderos y sostenibles para señalética en entornos naturales?

Fuente: Elaboración propia.

Cuestionario para la Entrevista a Experto en Turismo Sostenible y Tics
Objetivo: Identificar aspectos educativos, tecnológicos y de conservación con el fin de favorecer la observación de aves en la Ecorruta Kuri Pishku, determinando posibles contenidos importantes a tomarse en cuenta para la guía, así como sugerencias sobre señalética y la implementación de información.

Tabla 14. *Cuestionario para entrevista a Experto en Turismo Sostenible y Tics.*

No	Pregunta
1	¿Cómo ve la evolución del turismo sostenible considerando los avances tecnológicos?
2	¿Cómo describiría el potencial de Ecuador para el aviturismo?
3	¿Cómo crees que el aviturismo puede contribuir a la conservación de la biodiversidad y a la educación ambiental de los turistas, y qué medidas educativas podrían incluirse en la guía para fomentar un turismo responsable entre los visitantes?
4	¿Cuáles son los beneficios y retos de integrar el aviturismo como parte de una estrategia de desarrollo turístico sostenible?
5	¿Qué acciones específicas se pueden tomar para garantizar la conservación de la biodiversidad en rutas de aviturismo?
6	¿La falta de información y guías especializadas afecta el crecimiento de esta actividad?
7	¿Qué tecnologías o aplicaciones recomendaría para integrar información de la Ecorruta en plataformas digitales?
8	¿Qué tipo de señalética considera más adecuada para esta Ecorruta?
9	Desde su perspectiva, ¿qué materiales y diseños son más duraderos y sostenibles para señalética en entornos naturales?

Fuente: Elaboración propia.

Cuestionario para Diseñadores Gráficos

Objetivo: Recopilar recomendaciones sobre tendencias, elementos visuales y proceso para la creación de una guía turística bilingüe, teniendo en cuenta su durabilidad, claridad, transporte, adaptación a entornos naturales y su adaptación de herramientas interactivas para poder mejorar la experiencia del lector.

Tabla 15. *Cuestionario para Diseñadores Gráficos.*

No	Pregunta
1	¿Cuáles consideras que son las principales tendencias en diseño editorial para 2024?
2	¿Cuál considera que es el papel del diseño gráfico en la creación de productos editoriales destinados a promover el turismo ecológico?
3	¿Qué factores deben considerarse para la publicación, tanto impresa como digital?
4	¿Cuáles son los aspectos más importantes que considera al estructurar y diseñar un producto editorial, en este caso una guía turística?
5	¿Qué medios visuales (fotografías, mapas, ilustraciones) deben incluirse en la guía para captar la atención de los turistas?
6	¿Qué tipo de símbolos o pictogramas recomienda para que los turistas puedan identificar fácilmente puntos clave en la ruta?
7	¿Qué criterios considera al elegir fuentes, tamaños y estilos para mejorar la claridad y comprensión del contenido?
8	¿Qué elementos interactivos (como códigos QR o mapas desplegables) podrían incluirse para mejorar la experiencia del usuario?
10	¿Qué tipo de encuadernación y formato considera más duradera para una guía turística que se utilizará en entornos al aire libre y en condiciones de uso frecuente?

Fuente: Elaboración propia.

4.6.1.2. Observación

Según José Ruiz (2012), menciona que la técnica de observación:

Es entendida y practicada como la entrada a una situación social, unas veces como parte de esta y otras como simple espectador, y la inspección sistemática de lo que en ella ocurre. La observación cualitativa parte unas veces del presupuesto de que el investigador ejerce el papel de notario orientado a la captación e interpretación del

> desarrollo de la situación social observada y otras, en cambio, es el experto descubridor de los etnométodos a través de los cuales se construye y desarrolla esta situación, o el dramaturgo que sabe escenificarla para la posterior recreación e interpretación de su significado (p. 123).

Esta técnica tiene la capacidad de captar dinámicas implícitas que se generan en distintos contextos, ya que posee una sensibilidad característica para identificar patrones, interacciones y expresiones, los mismos que pueden revelar elementos ocultos de comportamientos o forma de vida de los participantes, permitiendo comprender a gran escala la realidad estudiada.

"Es la habilidad para reconocer y obtener datos del objeto de estudio, mirando detalladamente lo que interesa al investigador en un espacio y tiempo delimitado y en situaciones particulares" (Mejía, Ángeles, & Nava Sanchezllanes, 2018, p. 107).

4.6.1.3. Análisis de contenidos

Este análisis permite descubriri significados que muchas veces se encuentran implicitos en discursos y resulta de utilidad en la interpretación de símbolos culturales, estructuras narrativas, estudio de tendencias, valores, creencias, entre otros, con la finalidad de comprender ampliamente el impacto que tienen los mensajes transmitidos. Para Bernete (2013) el análisis de contenido:

> …utiliza para estudiar cualquier tipo de documento en el que esté transcrito algún relato, relativo a cualquier objeto de referencia. Estos documentos pueden ser orales, escritos, icónicos; y puede referirse a aconteceres reales, por ejemplos en los noticieros de los medios de comunicación; y también versar sobre contenidos no reales-ya sean posibles o imposibles- por ejemplo en los relatos míticos, en los cuentos y en cualquier otro producto de ficción. (p. 194)

4.6.1.4. Focus Group

Es una técnica de investigación cualitativa, mayormente utilizada en entornos altamente competitivos, en donde se crea un espacio en donde los consumidores pueden expresar sus opiniones, percepciones y experiencias libremente, lo que permite conocer una visión detallada y realista dentro del mercado. Como señalan Ivankovich, Carmen y Araya Quesada (2011):

> Los focus groups (también llamados en español “grupos focales” o “sesiones de grupo”) como técnica de investigación cualitativa, emergen en un ámbito económico cuando la oferta de productos y servicios es grande, por lo que existe un amplio número de competidores. En este contexto, la técnica permite explicar de manera profunda el tema que se investiga, los gustos, disgustos, las motivaciones de compra, la escogencia entre producto o servicios, las imágenes de marca y las percepciones de la competencia, entre otros temas. parte de la riqueza de la información que se recolecta está en que dicha información es espontánea, auténtica, actualizada, viva y obtenida de quienes están interactuando con el producto o servicio. (p. 2)

Para la realización de las entrevistas, se tomó en cuenta el marco conceptual desarrollado en este trabajo. Los perfiles de los entrevistados fueron seleccionados en función de su expertise y bagaje profesional en áreas puntuales que se encuentran dentro de la propuesta.

Para la realización del Focus Group se tomó en cuenta la experiencia e interés de los participantes en cuanto aviturismo en Patate, ya que por medio de ellos se podrá llegar a conocer mucho más a fondo las necesidades, motivaciones, puntos de mejora y dificultades que rodean a esta actividad, con el fin de tener la información necesaria para darle solución de manera óptima a través de la propuesta gráfica.

Cuestionario para Focus Group

Objetivo: Obtener información sobre el pedido de diseño de la guía turística para la Ecorruta Kuri Pishku, su importancia y los elementos clave que debe incluir.

Tabla 16. *Cuestionario para Focus Group*

No	Pregunta
1	¿Qué tipo de motivaciones y expectativas crees que tienen las personas para elegir el aviturismo como actividad?
2	¿Cómo describirías el perfil y que expectativas tienen las personas que participan en actividades de aviturismo en esta zona?
3	¿De qué manera suelen enterarse las personas sobre las rutas y actividades disponibles en el cantón Patate, especialmente sobre la Ruta Kuri Pishku?
4	¿Qué tipo de información general y para el contenido de la guía consideras que es esencial para que las personas disfruten plenamente de la experiencia de aviturismo?
5	¿Qué tipo de señalética consideras que sería útil para que las personas se sientan más seguras y cómodas en los senderos de aviturismo? ¿Cuáles crees que son las principales necesidades de las personas cuando visitan las rutas de aviturismo en esta zona?
6	¿Qué recursos (como enlaces a sitios web o redes sociales) crees que podrían ayudar a promover el aviturismo o informar mejor a las personas interesadas?

Fuente: Elaboración propia.

4.7.Análisis e interpretación de resultados

4.7.1. Fichas de observación

La finalidad de las fichas de observación es mostrar un enfoque práctico y preciso a cerca de las actividades desarrolladas dentro de la Ecorruta Kuri Pishku, llevadas a cabo durante varios fines de semana. A través de este instrumento se registra y analizan las experiencias obtenidas a lo largo de siete días en donde se realizaron tres actividades

principales: una visita al sendero más promocionado por parte del Municipio de la Ecorruta, tres días destinados a observación de campo y dos días de participación en un taller de fotografía e identificación de aves, impartido por el biólogo Adrián Soria. Cada una de estas actividades fueron acompañadas por un guía local especializado en ornitología, quien brindó conocimientos y retroalimentación sobre las aves e información de la ruta.

A través de este instrumento, se busca entender las necesidades existentes dentro de los visitantes, apreciar el estado y las condiciones en las que se encuentra la señalética existente, ver de primera mano cómo se desarrolla el turismo dentro de los senderos, definir los posibles contenidos que formarán parte de la guía bilingüe y crear una lista base tentativa de las aves comunes en la Ecorruta.

Cada actividad se llevó a cabo en días no consecutivos para observar distintos aspectos del turismo local y la ecorruta, El primer día se recorrió el sendero más promocionado por parte del Municipio evaluando su accesibilidad, señalética y facilidades turísticas. Durante los tres días de observación de campo en compañía del guía local, se desarrolló un registro de especies de aves comunes y la cantidad de individuos presentes durante el recorrido y se identificaron elementos primordiales que se deben tomar en cuenta dentro de los contenidos y la experiencia del visitante. Y finalmente, los últimos dos días se focalizaron en el taller de fotografía e identificación de aves para principiantes en donde se compartía información precisa sobre capacidades prácticas y teóricas básicas a tomar en cuenta para iniciar y comprender el aviturismo.

Tabla 17. *Ficha de observación del recorrido del sendero más promocionado por el Municipio de Patate.*

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

Tema: Diseño de una guía turística sobre la Ecorruta de Aviturismo ´Kuri Pishku, para difundir el turismo ecológico del cantón Patate

FICHA DE OBSERVACIÓN DEL RECORRIDO DEL SENDERO MÁS PROMOCIONADO POR EL MUNICIPIO DE PATATE.

La ficha de observación se llevará a cabo en el sendero más promocionado por parte del Municipio de Patate y que se encuentra dentro de la Ecorruta Kuri Pishku llamado sendero Cascada de Mundug, con el acompañamiento de un guía local. Esta ficha tiene como objetivo analizar las condiciones dentro del sendero, como se desenvuelve el turista, las facilidades turísticas presentes, estado de la señalética, existencia o ausencia de información acerca de las aves.

CONSIGNA	OBSERVACIÓN	EVIDENCIA
Publicidad exterior en la entrada de la cascada.	No existe publicidad que atraiga la atención del turista y dé una buena primera impresión del sitio. No había letrero de entrada ni de bienvenida, lo que hace que la llegada al lugar pase desapercibida por los turistas. Los turistas desconocen de que en el lugar se puede realizar la observación de aves, más bien su visita fue motivada por el atractivo natural que es la cascada.	

Punto de información.	En el punto de información solo existía un letrero y una carpa, donde una persona local proporcionaba información básica y limitada con respecto al aviturismo. No contaba con material informativo o recursos disponibles impresos o digitales para el turista. No hay guías locales presentes en el lugar para el aviturismo, por lo cual queda en desconocimiento sobre esta actividad.	
Quioscos dentro del sendero.	Existen pequeños quioscos creados de forma improvisada, con una disposición poco atractiva, los mismos que son manejados por personas locales	

Contaminación visual.	Se observaron elementos gráficos que buscaban informar al visitante, pero carecen de una línea gráfica uniforme, lo que afecta a la imagen del destino. No existe una línea gráfica, uso de distintas tipografías sin jerarquizar la información.	
Estado de las vallas y señalética.	El estado tanto de vallas y señalética dentro del sendero se encuentran deterioradas por el entorno natural y por el mal manejo de las personas, que transmite una mala primera impresión del lugar, la visibilidad y acceso a información, lo que podría desmotivar a los turistas. La señalética sobre la información de las aves se encuentra en inglés y español. El material utilizado es vinil adhesivo sobre madera se ha decolorizado por las condiciones climáticas a las que están sometidos. Durante el recorrido del sendero, no había la presencia de señalética con fines educativos y de concientización ambiental que haga un impacto significativo sobre el lugar. No hay señalética que muestre las aves que pueden encontrar.	 

	
Análisis e interpretación	En la observación de campo efectuada en el sendero Cascada de Mundug, cantón Patate, presenta deficiencias tanto en la infraestrustura como de los recursos existentes en el lugar ya que tienen un efecto negativo en la visita del turista. La señalética deteriorada, sin mantenimeinto por parte del Municipio, la falta de elementos gráficos en la entrada del sendero, la presencia de un punto de información básica sin recursos informativos, ausencia de informacion de aviturismo, tienden a crear una mala primera impresión y escasa comprensión de parte del turista sobre las cualidades biológicas con las que cuenta este sitio al ser parte de la Ecorruta Kuri Pishku, especialmente en cuanto al aviturismo. La falta de guía locales en el sitio y la existencia de quioscos improvisados refleja el poco cuidado que ejercen las autoridades en el sitio, a pesar de ser el más promocionado, genera una sensación de desorganización que contribuyen a la construcción de una experiencia turística débil. También los elementos gráficos no poseen una coherencia visual a pesar de ya contar con una marca que ha sido poco explotada, lo que transmite una imagen poco profesional.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 18. *Ficha de observación de campo y registro de aves*

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO **FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA** **CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO**		
Tema: Diseño de una guía turística sobre la Ecorruta de Aviturismo ´Kuri Pishku, para difundir el turismo ecológico del cantón Patate.		
FICHA DE OBSERVACIÓN DE CAMPO Y REGISTRO DE AVES		
La presente ficha de observación se realizará en diferentes senderos de la Ecorruta Kuri Pishku, con la ayuda de un guía local. Esta ficha tiene la finalidad de recopilar información sobre las aves comunes de la zona, entender cómo se realiza la actividad de aviturismo, la existencia o ausencia de facilidades turísticas, señalética existente, presencia de información disponible para el turista, lo que permitirá fortalecer los contenidos de la guía.		
CONSIGNA	OBSERVACIÓN	EVIDENCIA
Visibilidad y legibilidad de la señalética existente.	Solo existe señalética al inicio de los senderos, que solo proporcionaba información que solo indica el nombre del sendero. La señalización no es legible ya que tenían un tamaño muy reducido por lo mismo que la tipografía estaba comprimida, lo que dificulta la orientación de los turistas. No existe señalética con fines educativos ni sobre las aves que se pueden divisar en el lugar. El guía local proporcionó una guía en la que se consultó la información necesaria, porque no existe un producto editorial destinado para la Ecorruta.	

		
Señalética durante el trayecto del sendero.	La señalética no está presente a lo largo del trayecto del sendero, lo que genera incertidumbre para los turistas, lo que impide realizar un recorrido autoguiado. La existencia de los senderos es solo de conocimiento local.	
Facilidades turísticas	No existe ningún punto de información en los senderos y no existen facilidades turísticas para los turistas. Para llegar a los senderos se requiere transporte, ya que quedan un poco apartados del centro de la ciudad y son poco intervenidos.	

Análisis e interpretación	Dentro de los senderos que forman parte de la Ecorruta muestran diferentes problemas que afectan significativamente la experiencia del visitante. La señalética existente en los senderos solo se encuentra presente al inicio del recorrido pero solo indica el nombre del mismo; tienen un tamaño reducido lo que dificulta la legibilidad y orientación, lo que impide conocer informacion esencial y a nivel educativo. Se recurrió a una guía de campo proporcionado por el guía como instrumento de consulta e información de las aves, ya que no existe material editorial para este tipo de turismo. Además la ausencia de señalética a lo largo del recorrido puede causar incertidumbre y desconfianza, ya que es imposible realizar un recorrido autoguiado. Al ser senderos poco intervenidos, no hay puntos de información ni facilidades turísticas en los senderos, lo que hace que los turistas se enbarquen a una experiencia a lo desconocido, que se encuentran alejados tanto de transporte como de servicios, limitando potencializar el atractivo turístico.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 19. *Ficha de observación del Taller "Como identificar las aves que fotografías en la montaña"*

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

Tema: Tema: Diseño de una guía turística sobre la Ecorruta de Aviturismo ´Kuri Pishku, para difundir el turismo ecológico del cantón Patate.

FICHA DE OBSERVACIÓN DEL TALLER "COMO IDENTIFICAR LAS AVES QUE FOTOGRAFÍAS EN LA MONTAÑA"

La siguiente ficha de observación se aplicará durante el desarrollo del taller *"Como identificar las aves que fotografías en la montaña*", impartido por el biólogo Adrián Soria. Esta ficha tiene como fin documentar información básica para la identificación de aves, consejos sobre instrumentos, técnicas, marcas de campo, manejo de guías de campo de aves y características con respecto a su diseño editorial, para recolectar recomendaciones prácticas y sugerencias a implementar dentro de la guía.

CONSIGNA	OBSERVACIÓN	EVIDENCIA
Difusión del taller de fotografía	Pude conocer sobre el taller de fotografía a través de WhatsApp gracias a los guías locales y por Instagram, desde la cuenta personal de la persona que iba a impartir el taller. Es importante mencionar que la Ecorruta Kuri Pishku como tal no tiene presencia en plataformas digitales a excepción de información superficial de la misma en internet. La difusión de este tipo de actividades encaminadas al aviturismo dependen de personas particulares que están promoviendo actividades relacionadas.	

		
Información sobres aves	Se presentó información general, datos curiosos y específicos sobre las aves englobando sus características, morfología, colores y plumaje. Se mencionó que la guía debe contener información puntual, condensada para que no sea agobiante para el lector.	

Consejos para observación de aves	Se proporcionaron tips para estar dentro del campo en compañía de guías locales, lo que permitió tener una experiencia mucho más vivencial que servirá para tomar en cuenta dentro de los contenidos de la guía.	
Manejo de guías de campo	Se enseño información puntual, el manejo y comprensión de la importancia de las diferentes guías de campo, lo que permite tener un panorama de aspectos esenciales que se deben tener en cuenta en la construcción de la guía. Es importante destacar que el formato de la mayoría de las guías es grande y de una cantidad densa de páginas, lo que las vuelve pesadas para transportarlas y exclusivamente ser un recurso de consulta para guardar en una estantería. Dentro de estas guías, existían secciones con ilustraciones y fotografías que ocupan varías hojas de estas, en donde se daba relevancia a aspectos diferenciales e importantes para identificar aves como es el género y etapa de vida, ya que difieren ciertos aspectos visuales, que son relevantes. Se mencionó que la creación de guías de campo son un apoyo para comprender detalladamente cada especie de aves. También se pudo revisar distintas guías de campo, haciendo énfasis en sus contenidos para analizar cuáles son sus puntos en común y que características son esenciales para aplicarlas en el proyecto, pero al ser	

	un producto editorial de consulta, de relevancia científica, no hay elementos interactivos ya que son publicaciones de años atrás y poseen una encuadernación de tapa dura. Presencia de tipografías Serif que aportan al concepto de seriedad académica, profesionalismo y fiabilidad de las guías de campo. No en todas se habla puntualmente sobre la conservación y las practicas sostenibles que debe tener el observador de aves en el entorno natural.	
Manejo de instrumentos	Se proporcionó instrucción sobre el manejo adecuado de binoculares en el campo, lo que mejora la experiencia del visitante. En las guías proporcionadas no existe información acerca del manejo de instrumentos como: binoculares, telescopio, GPS, entre otros.	

Señalización e información sobre la Ecorruta	No existía señalética ni información sobre el sendero ni de las aves que se pueden encontrar en el sector, lo que impide la orientación y la información educativa, práctica y precisa de los turistas, quienes no cuentan con información relevante a su disposición.	
Análisis e interpretación	En el taller se compartío información detallada sobre aspectos a considerar antes de entrarse de lleno al aviturismo como: descripción de caracteristicas de las aves, fotografías en donde se pueda apreciar los detalles de las mismas, datos curiosos de la Ecorruta y del panorama de Patate como destino para esta actividad, tips de observación, morfologia, colores, plumaje, picos e insturmentos. También se impartieron consejos prácticos para desenvolverse dentro del campo con la ayuda de guias locales, lo que permitió una vivencia más cercana y llegar a jugar el papel de turista, destacando el papel fundamental que ejerce una guía de aviturismo para poder resolver inquietudes. En cuanto al diseño de las guías de campo dispuestas en el taller, se debe mencionar que por su carácter científico, predomina la tipografía Serif, poseen información extensa y detallada, lo que hace de ellas un producto voluminoso, destinado para consulta, más no para llevar consigo durante el recorrido. Al ser publicaciones de años atrás, carecen de elementos interactivos. Sin embargo, se destacó la insuficiencia cono respecto a señalética, interes de las autoridades para el desarrollo de la actividad, sugerencias de estrategias para adoptar en el producto editorial y la importancia de la generación del mismo, lo que ha limitado el aprendizaje, el conocimiento y desarrollo del aviturismo, y apropiación de rama del turismo ecológico que puede tener una gran proyeccion a nivel nacional.	

Fuente: Elaboración propia

4.7.2. Entrevista a expertos relacionado con Turismo y Aviturismo

Tabla 20. *Análisis de entrevistas a expertos relacionados con Turismo y Aviturismo.*

Entrevistas a expertos relacionados con Turismo y Aviturismo			
Objetivo: Obtener información sobre el aviturismo, aspectos esenciales para incluir en la guía bilingüe y señalética, así como buenas prácticas para generar un turismo sostenible.			
Carlos Díaz	Profesional en turismo con más de 20 años trabajando en aviturismo y deportes de aventura. Guía nacional de turismo involucrado en iniciativas relacionadas con aves y conservación, tanto en esta zona como en el Parque Nacional Llanganates y representante del Programa de Aves Urbanas Patate – Baños.		
Mgtr. Alexis Pulles	Magíster en Desarrollo Turístico Sostenible y Tics, Posee un título de tercer nivel en Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Conservación Ambiental.		
Biol. Héctor Cadena	Biólogo graduado en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Investigador asociado al Instituto Nacional de Biodiversidad, coordinador, junto con otras personas, del colectivo Pajareando Ando Ecuador.		
	Expertos relacionados con Turismo y Aviturismo		
Temas en común	**Carlos Díaz**	**Biol. Héctor Cadena**	**Mgtr. Alexis Pulles**
Potencial para el aviturismo y biodiversidad	Aquí esta actividad ha tomado mucha más fuerza en otros lugares como Mindo O Carmelo en la parte occidental, ya que existe mayor movimiento en el	Existe una gran diversidad de aves en Ecuador, y esto siempre llama la atención de los turistas, entonces tiene un alto potencial más aun que existen aves	El Ecuador es uno de los países reconocidos por el aviturismo. Lamentablemente, existen áreas protegidas y otros lugares con gran potencial que aún no lo reconocen.

	mundo del Aviturismo y nos llevan la delantera. En Patate es un área que no está explotada. De hecho, la Kuri Pishku, es la ecorruta más grande del país, pero nadie la visita porque muy pocos la conocen como tal. No llega turismo por las razones que ya te he mencionado como: la falta de publicidad, de información, de guías locales, de concientización de la gente para que puedan beneficiarse del turismo local que hay ahí.	endémicas propias en las Galápagos y compartidas con países aledaños. La principal característica es que es un país pequeño y está bien conectado relativamente. Hay buenas vías que nos permiten conectar fácilmente con diversos ecosistemas y poder observar distintas especies de aves y permitiendo llevar una lista de observación en poco tiempo movilizándose relativamente poco y a su vez también con bajo presupuesto.	El aviturismo está en una etapa de crecimiento a nivel nacional. Existen atractivos consolidados y ciudades que ya lo practican y atraen turistas internacionales, lo que dinamiza la economía. No obstante, en otras zonas del país, esta actividad sigue en desarrollo, buscando consolidarse como una profesión viable para las comunidades locales.
Conclusiones:	Ecuador es reconocido internacionalmente como un destino ideal para el aviturismo por su diversidad en aves tanto endémicas como compartidas con países vecinos y por sus distintos ecosistemas que permiten desplazarse rápidamente dentro del territorio con la facilidad de observar distintas especies en poca distancia. El cantón Patate no ha logrado posicionarse como un punto estratégico para su desarrollo. El aviturismo en Patate representa un alto potencial gracias a su exuberante biodiversidad y por contar con la Ecorruta Kuri Pishku que es la más grande del país, sin embargo, esta actividad no se encuentra explotada debido a la falta de promoción, información accesible, guías especializados en esta rama y de concientización de la gente local de sus beneficios e importancia.		

Perfil del turista de aviturismo.	El perfil de un pajarero es exigente al momento de querer observar alguna especie y en el servicio sin importar el costo, pero que esto se refleje en su comodidad. En Patate, no existen facilidades turísticas que cuenten con las necesidades del turista, a duras penas tienen algunos sitios. Un pajarero es un turista que puede gastar 5,000 - 10,000 dólares en una semana.	En Ecuador hay dos turistas establecidos: los turistas internacionales que se subdividen en los que están interesados en naturaleza en general, pueden apreciar cualquier especie y los turistas hardcore o los especializados que vienen con su listado específico de especies y es las que quieren observar. Y por la otra parte, los turistas nacionales, que es un grupo que está en crecimiento. Debe ser educado, prepararse en el contexto del sitio donde va a visitar, ser correspondiente con las personas que le reciben. Los facilitadores de servicios sí prefieren al turista extranjero porque invierte y gasta más, busca más días para quedarse, también deja propinas, que es algo que el turista nacional no acostumbra.	Actualmente, esta es una de las actividades económicas que cumple con los niveles y el perfil del turista, además de ser bien remunerada.
Conclusiones:	El perfil más característico del apasionado por el aviturismo se caracteriza por ser riguroso en las facilidades turísticas, ya que dan prioridad a su comodidad y el involucrarse en experiencias únicas sin verse limitados por los costos. En nuestro país, este perfil se divide en dos: los turistas internacionales, quienes representan al grupo que invierte en esta actividad al permanecer más días, gastar significativamente y dejar propinas, y por otro lado los turistas nacionales, grupo que está en crecimiento, pero su		

	inversión es menor. En el cantón Patate, la observación de aves representa un reto al no poseer la infraestructura necesaria para dar respuesta a los requerimientos de los turistas, lo que restringe su capacidad de competir a la par con otros lugares.		
Casos de éxito en Ecuador	En Patate, el único que te mencioné sería el Nido del Ángel, que fue como base justamente de educación ambiental. El construir proyectos en donde las personas están comprometidas con la conservación y estos emprendimientos dentro del aviturismo permitió construir su propio sitio único.	A nivel internacional, creo que ha sido bastante importante la inversión pública. Por ejemplo, creo que Costa Rica es un eje principal en ese sentido. En estas zonas se desarrolla bastante la educación técnica para que la gente impulse proyectos más prácticos, que a la vez aprovechen la diversidad que tienen. En de Ecuador, se ha dado prioridad a eventos de observación de aves, ya sean estos conteos o ferias de aves. Entonces, esto ha posicionado a diferentes localidades, las más conocidas Mindo y Cozanga, que siempre están apuntalando en estos conteos, teniendo los números, los índices más altos de especies.	En Mindo, uno de los destinos turísticos más destacados, los turistas internacionales llegan al país únicamente para buscar aves específicas y practicar aviturismo con la gente local.
Conclusiones:	Los casos de éxito en el aviturismo en el Ecuador se combinan con la educación ambiental, el compromiso de la comunidad y maximizar el enfoque de conservación. A nivel nacional, lugares que promulgan el desarrollo de esta actividad como Mindo y Cosanga impulsan eventos en donde a través de ferias y conteos de ave han logrado abrirse camino en el ámbito internacional y con respecto al cantón Patate, iniciativas como el Nido del Ángel buscan abrirse campo por medio de un enfoque diferente		

	apoyado en la educación ambiental como eje primordial y la creación de espacios únicos que integran a la naturaleza, más no se apropian de ella, integrando así al aviturismo como parte de su desarrollo económico.		
Importancia de la educación y capacitación de guías locales.	Para hablar de aviturismo debe darse solución a la falta de promoción turística y de concientización ambiental y capacitación a la gente local. También la falta de interés de la parte política, de las autoridades porque sin ellos no se puede hablar del tema. Por el desconocimiento de información y los beneficios que aporta esta forma de turismo hace que pase desapercibido por parte de los locales y quien debe actuar para informar a la comunidad es el municipio local. Ahora en Patate hablan de turismo, pero ni siquiera existen turistas, tal vez hay 2 o 3 sectores que tienen turistas. Se puede decir	El turista extranjero que visita estas zonas es un turista también muy bien entrenado, muy bien capacitado, que investiga previamente el sitio que va a visitar. Entonces los nuevos sitios que quieren apuntalar a este emprendimiento, a esta actividad, muchas veces lo hacen de manera empírica y eso conlleva muchos problemas, como el mal manejo o la poca conservación. Es importante, tanto para los prestadores de servicios como para los turistas, que haya una información de preámbulo, una información previa para desarrollar esta actividad.	El principal reto es que la persona esté preparada para poder identificar las aves, considerando su morfología y todo lo que conlleva el aviturismo. Además, es importante que esté capacitada en idiomas, ya que el perfil del turista que buscamos captar es internacional y, como mínimo, habla dos idiomas. Nuestra gente local debe estar preparada técnicamente en español y también en otro idioma, ya que esta actividad, cuando se realiza con el conocimiento adecuado, es bien remunerada. Hay personas que ya están capacitadas, pero no en un 100%.

	que tenemos aviturismo, pero no se puede hablar de aviturismo.		
Conclusiones:	La educación y capacitación a guías locales es importante para el desarrollo adecuado del aviturismo en Patate, ya que existe una falta de conocimiento técnica para la identificación de las aves como en idiomas esto crea una barrera para atraer a turistas internacionales que sientan afinidad en esta actividad, quienes buscan cumplir sus expectativas tanto en la experiencia como en los servicios. También la falta de promoción turística y concientización ambiental, que va de la mano con el desinterés por parte de las autoridades, suma al desconocimiento sobre los beneficios en varios ámbitos de esta actividad.		
Tecnología en el aviturismo.	Hay aplicaciones que ahora existen para el aviturismo como Ebird, Merlin y otras más, que son unas herramientas super fáciles y que de paso te vuelve vago. En Patate no hay mucha información en internet sobre el aviturismo.	Creo que es muy importante emular las otras guías que han desarrollado, las más actuales, que están muy vinculadas a la tecnología. Muchas de estas guías, incluyen códigos QR, lo cual es algo novedoso. Algunos turistas, incluso para los guías, es un poco difícil o incómodo llevar un libro o un documento físico que puede mojarse o deteriorarse, como un tríptico, pero si es física debería tener un tamaño portable y manejable. Sin embargo, están muy actualizados con el uso del celular, y para ellos es muy importante contar con herramientas digitales.	Podría manejarse bastante bien lo que son aplicaciones ligadas a la Inteligencia Artificial, sería una guía bastante interactiva y nos brinda información específica que busquemos sobre el ave o sobre la actividad de aviturismo. En el futuro, se pueda mejorar o adaptar esta guía para personas con discapacidad, porque este sector también está bastante interesado. Es decir, debería ser una guía inclusiva.

		Es fundamental que una guía tenga la facilidad de ser digital o, si es física, que incluya enlaces QR que permitan conectarse directamente con plataformas especializadas en aves, donde se pueden encontrar más fotos para identificar especies. Creo que es muy importante aprovechar la tecnología a nuestro favor.	
Conclusiones:	La incorporación de la tecnología para la creación de una guía turística interactiva puede ser un elemento diferenciador y estratégico para cautivar la atención de turistas de aviturismo. Se pueden incorporar aplicaciones como Ebird, Merlin, inteligencia artificial o a través de códigos QR que muestren información adicional para tener un acceso rápido a información a mucho más amplia. Al aprovechar herramientas tecnológicas y como consecuencia crear una presencia fuerte en redes sociales y plataformas digitales, la guía podrá dar respuesta a los requerimientos actuales de los turistas nacionales e internacionales y también puede posicionar a Patate como un destino preparado en el aviturismo.		
Falta de información y guías especializadas	Si afecta la falta de información en el aviturismo y el diseño de guías que sean fáciles de interpretar para los principiantes, para dar a conocer esta actividad. Si hablamos de guías especializados y con	Sí es necesario la creación de una guía. Hay sitios puntuales en los que se han disparado y generalmente son estos Lodges particulares, podemos mencionar por ejemplo Mashpi, o Napo Wildlife Center, que son sitios netamente enfocados a turistas extranjeros. Y	Si es importante la existencia de guías. Sin embargo, esta información no llega de manera directa, es decir, no se está entregando la información correcta al turista, al interesado, o a las personas que quieren aprender. Por eso, esta guía debe tener una conexión directa con la gente local y con el turista, y más que todo

	capacitaciones a gente local se puede tener éxito, ya que muchas veces un local conoce mucho más que un especializado	cuando uno va a estos sitios o conoce estos sitios, ya hay ahí sus guías elaboradas, sus guías de campo, donde están las especies que pueden encontrar, están muy bien ilustradas. Entonces sí es importante, tanto para los prestadores de servicios como para los turistas, que haya una información de preámbulo.	buscar el medio idóneo para que la información llegue con facilidad. Los libros son algo complicados de conseguir y entender si no sabes del tema, así que sería bueno que la guía tuviera la información clara y concisa. Esto permitiría comunicar la importancia del aviturismo, cómo se practica y ofrecer una guía bastante interactiva.
Conclusiones:	El diseño editorial aplicado para la creación de una guía turística es sustancial para sobreponerse a la falta de información, lo que impide el desarrollo pleno del aviturismo en el cantón. La guía debe procurar ser lo más clara, concisa y entendible posible ya que estará destinada a turistas experimentadas y no experimentadas para facilitar su experiencia en esta actividad. Se debe colocar información relevante como descripción de las aves, datos importantes para su observación y recomendación para el cuidado del entorno. Para garantizar su buena aceptación y difusión, la guía debe aprovechar los medios disponibles y efectivos, como a través de plataformas digitales para sobrepasar las limitaciones de los formatos físicos y buscar la manera para conectar a las comunidades locales con los turistas.		
Guía turística	La descripción de especies, el número de especies y las altitudes son datos fundamentales, que acompañe a la fotografía que nos ayudará a identificar detalles importantes. Además, sería	Creo que es muy importante emular las otras guías que han desarrollado, las más actuales, que están muy vinculadas a la tecnología. Muchas de estas guías, por ejemplo, incluyen códigos QR, lo cual es algo novedoso. Porque, claro, ahora para	Esta guía debe tener una conexión directa con la gente local y con el turista, y más que todo buscar el medio idóneo para que la información llegue con facilidad. Los libros son algo complicados de conseguir, así que sería bueno que la guía tuviera la información

	importante incluir el tipo de hábitat que poseen, ya que, sin esta información no está presente, la guía no sería creíble. También se pueden incorporar detalles sobre las zonas topográficas, dado que las especies pueden encontrarse en diversos lugares, como cerca del agua, en matorrales, en la punta de los árboles o en el suelo. Todos estos aspectos son esenciales al crear una guía de campo, ya que aportan precisión y contexto para la descripción de cada especie.	muchos turistas, incluso para los guías, es un poco difícil o incómodo llevar un libro o un documento físico que puede mojarse o deteriorarse, como un tríptico. Sin embargo, están muy actualizados con el uso del celular, y para ellos es muy importante contar con herramientas digitales	clara, concisa y llegara directamente por medios efectivos y comunicativos, a la par con una buena impresión. Esto permitiría comunicar la importancia del aviturismo, cómo se practica y ofrecer una guía bastante interactiva.
Conclusión:	En la guía debe incluir información esencial como la descripción de cada una de las aves, sus habitas, y zonas topográficas en donde es preciso observarlas. También la incorporación de códigos QR para crear un producto interactivo fácil de usar. La guía deber de ser clara, concisa, accesible, no muy extensa también para facilitar su transporte a través de los recorridos. Además, es importante que esté diseñada de manera atractiva, con una impresión de calidad que combine imágenes llamativas y textos legibles, permitiendo conectar tantos a los turistas como con las comunidades anfitrionas, esto permitirá informar cómo se debe practicar el aviturismo, dar relevancia a su importancia e iniciar su desarrollo en la región.		

Señalética para aviturismo	La señalética que hay en los senderos tal vez no es la correcta para senderos autoguiados. Empezando aquí desde la ciudad no tienes información y la que hay como señalética y señalización vial de la ruta está completamente errónea. Lo principal en una señalética de ingreso sería un mapa referencial de la ruta que se va a hacer, incluyendo el kilometraje y, de ser posible, las especies que podrían observarse. Con esta información, los visitantes pueden calcular su tiempo y establecer expectativas sobre las aves que podrían ver. La señalética debe ser bastante descriptiva y precisa, ya que nosotros nos manejamos mucho por el tiempo.	Al ser una ecorruta, la señalética debe ser a fin a esto, debe ser con materiales reciclados, como se ha hecho en algunas otras áreas protegidas que utilizan estas maderas plásticas, el reciclar los materiales, el reutilizar, que eso también colabora con la conservación. Sería interesante que la señalética también tenga vinculaciones a la tecnología, con estos códigos QR que es lo más común. La madera funciona bien porque armoniza con el paisaje, aunque tiene el inconveniente de que no dura tantos años como el plástico, que tiene mayor resistencia. El metal, por su parte, puede corroerse y resulta un poco disruptivo con el entorno. Existen opciones como madera cubierta con vidrio, o plástico combinado con acrílicos, que pueden ser más duraderos. Pero, como menciono, lo esencial es que tanto el color como la forma de la señalética sean acordes al	La información proporcionada en la señalética autoguiada debe estar bien ubicada y ser relevante, utilizando materiales locales. Sin embargo, recomendaría optar por señalética interpretativa, ya que muchos turistas no se detienen a leer. La información debe ser concisa y visualmente atractiva, preferiblemente en forma de imágenes o íconos. Además, los turistas valoran especialmente la posibilidad de fotografiar las aves, por lo que la señalización debe estar diseñada para complementar esa experiencia.

		entorno natural, sin ser demasiado llamativos, grandes o fuera de contexto.	
Conclusiones:	La señalética debe ser funcional, clara y en armonía con el entorno natural. Para aplicar una correcta señalética se debe aplicarla desde el centro de la ciudad y en la entrada de cada sendero con información que incluya kilometraje, tiempo estimado de recorrido y especies que es posible observar. Al ser una ecorruta se deben tomar en cuenta materiales reciclados, reutilizables, maderas plásticas o combinaciones entre vidrio sobre madera o acrílico, para hacer de la señalética se pueda mantener en buenas condiciones, y se deben integrar con el entorno natural, evitando colores llamativos. La integración de códigos QR puede brindar información ampliada.		
Conservación y el papel de la comunidad anfitriona.	Se puede generar conservación mientras la gente sea remunerada y sepa como potencializar esta actividad. Los factores que han degradado a gran parte del bosque y recursos hídricos, por ende, afecta de manera directa a aves, anfibios, reptiles que son parte de la cadena alimenticia de la avifauna son el calentamiento global, la deforestación, expansión de la frontera agrícola, pastizales para el ganado,	Lo más importante es la toma de conciencia de la población para tener sitios donde se resguarden las aves, áreas protegidas, y de la mano también con esto, las facilidades turísticas, como la oferta de alimentación y hospedaje. Entonces, siempre es necesario que la población local esté involucrada y consciente de la conservación de las aves para que puedan ofrecer una oferta turística adecuada	La guía debe contemplar la concientización ambiental con las comunidades anfitrionas. Es decir, es fundamental crear conciencia entre los habitantes que estarán involucrados sobre el nivel de responsabilidad que deben asumir tanto quienes practiquen el aviturismo como los visitantes y turistas. Esta concientización ambiental debe estar anclada a una parte técnica. Esa parte técnica es clave para aportar de manera positiva a la biodiversidad y al medio ambiente.

	construcción de carreteras por la parte alta y el uso de químicos.		
Conclusiones:	La conservación ambiental y el aviturismo deben ir de la mano para generar beneficios mutuos siempre y cuando la comunidad local este consciente de la importancia que se le debe dar al entorno y la capacitación sobre esta actividad. Factores como el calentamiento global, la desforestación, la creciente expansión agrícola, el uso de químicos y la construcción de carreteras deterioran los ecosistemas, afectando a la avifauna y su cadena alimenticia. La guía debe transmitir un mensaje de concientización ambiental para profundizar en la responsabilidad que se debe poner frente a los hábitats de las aves.		

Fuente: Elaboración propia.

4.7.3. Entrevista a Diseñadores Gráficos

Tabla 21. *Análisis de entrevistas a Diseñadores Gráficos.*

Entrevistas a Diseñadores Gráficos	
Objetivo: Obtener información y perspectivas de diseñadores gráficos sobre los elementos visuales, proceso de diseño y la creación asertiva de contenido para la guía bilingüe y señalética de la Ecorruta Kuri Pishku, con el fin de garantizar un diseño atractivo, claro y funcional.	
Mg. Diego García	Docente de la Facultad de Diseño y Arquitectura. He trabajado en algunas instituciones como el Instituto Bolívar, en la Universidad Indoamérica y en la Universidad Técnica de Ambato y dentro del Diseño Editorial se ha enfocado en la creación de textos escolares, especialmente en el área de educación cultural y artística en diferentes editoriales como Edipcentro y Libritext.
Steven Vallejo	Diseñador Gráfico y Publicista, freelance enfocado en el diseño de marcas.
Mario Sánchez	Diseñador Gráfico colombiano, enfocado en producción audiovisual y marketing.

	Diseñadores gráficos		
Cuestionario	Mg. Diego García	Steven Vallejo	Mario Sánchez
Pregunta 1 ¿Cuáles consideras que son las principales tendencias en diseño editorial para 2024?	Su estilo de trabajo está definido por lo cual no se ha permitido en explorar tendencias actuales. Sugiere el uso de un estilo minimalista para el producto editorial	Manejo de colores brillantes y llamativos, uso de espacios en negativos, tipografías dramáticas, uso del estilo minimalista o abstracto, figuras geométricas, estructuras modulares e ilustraciones personalizadas.	Tendrá protagonismo la inteligencia artificial para poder generar interactividad, pero personalmente hay dos cosas importantes a tomar en cuenta: el minimalismo y el tema natural que sirve como guía en temas de colores, en temas de composiciones, y para el proyecto se debe dirección hacia estas tendencias. Con respecto a tipografías se debe optar por aquellas que generan emociones. Es imperante lograrlo, sea digital o físico Y con el uso del color debe ser asertivos y vivos que puedan generar emociones en la gente.
Conclusiones:	Las tendencias del 2024 que está más acorde a la intención de la guía turística se centran en el minimalismo, para que la información sea sencilla de comprender, por el mismo hecho de que se busca mostrar la información de manera breve y concisa. Es importante llegar al lado emocional del lector que se puede fortalecer con el uso adecuado de tipografía, coherencia en temas de color y diseño.		

Pregunta 2: ¿Cuál considera que es el papel del diseño gráfico en la creación de productos editoriales destinados a promover el turismo ecológico?	El diseño editorial es una de las partes que contribuye al diseño gráfico, ya que hace que el profesional entienda como manejar tipografías, titulares, títulos, subtítulos en diferentes párrafos, ilustraciones, imágenes, cromática, la psicología del color para poder transmitir de manera efectiva un mensaje. Se debe entender cuáles son las características principales de cada uno de estos elementos y como configurarlos para que la comunicación sea efectiva. Entonces el diseño gráfico toma relevancia en la ejecución, de manera efectiva, de diferentes piezas graficas, en este caso editorial; todo esto hace que se pueda crear un buen producto editorial.	El papel del diseño gráfico actúa como un canal para comunicar información y transportarnos al lugar descrito a través de diversos elementos para hacernos entender de lo que estamos tratando de comunicar.	Se debe lograr experiencias visuales interesantes, o sea, cosas que logren conectar con el espectador o con el lector. Mientras más sencillo sea, es mucho mejor. Entonces, hay que mantener las cosas simples, no tan complicadas, no tan adornadas, sino las cosas prácticas, simples, auténticas. Creo que es lo que podría hacer la diferencia en el contexto que tú me comunicas
Conclusiones:	El diseño gráfico cumple un papel fundamental dentro del origen de productos editoriales cuyo objetivo es difundir el turismo ecológico, ya que participa como un medio efectivo de comunicación que transporta al lector dentro del entorno descrito. Los diseñadores mencionan la importancia del uso adecuado de elementos gráficos en el diseño editorial como tipográfica, imágenes, iconos y la psicología del color, para poder transmitir mensajes precisos.		

	El diseño que se plantee debe ser fácil de entender y autentico, que le dé importancia a la claridad y evitando elementos confusos, para la creación de experiencia visuales que puedan conectar emocionalmente con los lectores que ayuden a facilitar la comprensión y el interés de los destinos turísticos.		
Pregunta 3: ¿Qué factores deben considerarse para la publicación, tanto impresa como digital?	El trabajo, de entrada, se lo va a hacer digital. Si está logrado de manera digital, en las condiciones que acabe de mencionar antes, con una legibilidad en los textos, con claridad en las imágenes, con buenas fotografías, entonces, fácilmente, va a tener una reproducción impresa nítida y de buena calidad. Entonces, el punto está en que la diagramación cumpla con todo lo necesario para que sea un producto de calidad, sin hacer mal uso de las imágenes, sin hacer mal uso de los tamaños de las fotografías, sin hacer mal uso de la jerarquía o la prioridad que debe tener la imagen. Entonces, la reproducción impresa, sería justamente ya una aplicación del producto editorial que ya está listo y bien diseñado.	En el formato físico como digital, se debe tener en cuenta el formato, la forma, el tamaño y mantener una línea de diseño coherente para que no se vea descuadrado entre ambos formatos. También considero que la tipografía es fundamental para garantizar que sea entendible, evitando el uso de tipografías confusas. Otro aspecto clave es el color, ya que este puede transmitir mensajes equivocados si no se elige adecuadamente. Por último, la legibilidad y la facilidad de uso del diseño son esenciales. Debemos asegurarnos de que las personas puedan comprender fácilmente el producto, que no sea complicado y que ofrezca una experiencia.	En mi experiencia, todos los sentidos juegan. Si tú tocas algo que de verdad no le sientes de mucho valor, juega a tu favor o en contra, ¿cierto? Hay que buscar en el medio impreso texturas, formas, papeles y demás que comuniquen el concepto que estás buscando, a veces se suben los costos, pero si estamos hablando de ecología, pues tratar de apuntarle a ese formato; el tacto dice mucho en el tema impreso. Y en el tema digital, debe ser fácil, rápido, sencillo, adaptable., que todo sea responsivo para que lo puedas ver en un dispositivo móvil, adaptable a todos los formatos. Entonces, así vas a lograr que exista una coherencia entre lo físico y lo digital.

Conclusiones:	La publicación ya sea impresa como digital, debe focalizarse en la calidad, funcionalidad y coherencia visual del diseño. Se debe dar prioridad a la diagramación ajustada a las necesidades del producto donde exista la jerarquía visual, haga uso de tipografías legibles y evite cometer errores con respecto al manejo de las imágenes y colores. Dentro del ámbito impreso, se debe optar por materiales que sigan el concepto de diseño y den una experiencia sensorial, por medio de las texturas y papel que se acerque a la temática ecológica, siempre buscando un equilibrio tanto en la sostenibilidad y los costos. Y con respecto al formato digital, deben ser responsivo, adaptable y funcional que se puede acceder desde diferentes dispositivos, para garantizar una experiencia fluida y de fácil entendimiento.		
Pregunta 4: ¿Cuáles son los aspectos más importantes que se considera al estructurar un producto editorial, en este caso, ¿una guía turística bilingüe?	Recomiendo siempre que los autores de la información traten de ser lo más ordenados posibles para poder entender de manera clara cuáles son los títulos, cuáles son los subtítulos, cuáles son los párrafos del contenido del determinado tema, si se encuentra ordenado por secciones, entre otros aspectos Si la información está clara, nosotros como diseñadores, podemos ser claros y eficientes en la elaboración de un diseño editorial.	Tendría que ser sustancioso, rico en ideas para poderlo elaborar. Que no incluya ideas que no vayan acorde o que sean titubeantes, es decir, que no expliquen nada. Que sea afirmativo, que aporte cosas positivas para darnos seguridad al momento de visitar o tomar la iniciativa de conocerlo. La información debería ser clara y precisa, más que todo para facilitar una comprensión correcta. Además, diría que es importante que sea trascendente, que el mensaje resulte	Todo debe ser muy sencillo. La guía debe tener cosas muy visuales, que literalmente con una ojeada puedas entenderlo todo. Y que incluso sea de tanto valor que tú digas, sí, no sé, voy a arrancar esto o lo voy a guardar, porque es práctico, porque es funcional. Se debe lograr una conexión emocional también con el consumidor.

	Al tratar de una guía turística, yo daría bastante prioridad a las imágenes. Es decir, la imagen tiene un mayor énfasis y posteriormente, se podría dar una mirada hacia la parte textual, para que se entienda el contenido. Aquí jugaría un papel importante la calidad de la fotografía para que la eficacia del producto editorial sea buena y cumpla los objetivos. Daría bastante relevancia a la imagen y enseñaría algunos mecanismos que direccionen al texto para que pueda complementar la información.	perdurable en la mente de las personas que lo lean. Hay libros, guías y materiales editoriales que a veces resultan confusos por no ser precisos. Una información breve y precisa, como se dice, "menos es más".	
Conclusiones:	La estructura de la guía debe priorizar la sencilles y el orden de la información haciendo que los títulos, subtítulos y párrafos facilitan su entendimiento. La fotografía es la protagonista, debe ser de buena calidad y los textos lo más objetivos precisos, siguiendo el principio de “menos es más”. La información que contendrá la guía debe ser relevante, educativo y afirmativo, para provocar confianza con los lectores. Su diseño debe lograr una conexión emocional con el turista para que sea memorable, cumpliendo su fin de inspirar y orientar al público.		

Pregunta 5 ¿Qué medios visuales (fotografías, mapas, ilustraciones) deben incluirse en la guía para captar la atención de los turistas?	La fotografía debe tomar relevancia y peso en la guía. El manejo de los títulos, no deberían ser excesivamente extensos, y la importancia de las manchas de color que complementen la información proporcionada por la imagen. Los pictogramas, dibujos o símbolos también estarán presentes en la guía para identificar puntos de interés o diferenciadores. Cuando se habla del recorrido, desde mi punto de vista, debe ser lo más claro posible, para evitar que la persona que esté usando la guía no debe tener ninguna confusión. El diseño debe centrarse en el manejo adecuado de la tipografía, las imágenes, las áreas de descanso visual y el buen uso de recursos iconográficos o íconos, que no sean copiados o descargados de algún sitio, sino que se deben crear de manera original. Al generar una propuesta	En lo físico, las fotografías deben ser un elemento esencial porque, aunque no nos digan nada directamente, nos permiten imaginar, visualizar y crear una imagen mental. La fotografía se convierte en algo indispensable para comunicar un mensaje o para hacer entender de qué estamos hablando. En cuanto a lo digital, tenemos muchas opciones como la inteligencia artificial para crear prototipos 3D y explorar más allá de un simple video. Aunque los videos son chéveres y nos muestran algo visualmente atractivo, no nos permiten interactuar, mientras que los prototipos 3D abren un nivel completamente diferente de experiencia.	En medios visuales podrían funcionar, como fotografías aumentadas, tecnologías en NFC que puedan generar esa interacción como tal. Tener una buena imagen también va a comunicar muchísimo. Una buena fotografía, cuenta una historia. El *storytelling* es una regla que hay que seguir y que hay que intentar hacerla cada vez más disruptiva. Si tú logras generar estímulos con una foto, con un gráfico, se va a lograr ese impacto visual que tú quieres, que genere un estímulo, que cuente algo, que te aporte algo.

	gráfica, es fundamental respetar lo que ya existe, asegurándose de que los íconos sean coherentes y adecuados.		
Conclusiones:	La guía debe contener elementos visuales que comuniquen efectivamente, en este caso, la fotografía. Esta debe ser el protagonista, ya que tiene la capacidad de mostrar un lugar, contar historias y generar estímulos visuales que conectan con los lectores. Es esencial la presencia de mapas, pictogramas y gráficos para indicar puntos importantes y facilitar su recorrido en los senderos y se puede complementar por medio de manchas de color y establecer áreas de descanso visual. Se puede integrar tecnologías como prototipos 3D y NFC para generar interactividad y mejorar la experiencia del turista. El storytelling puede convertirse en una herramienta importante para crear una narrativa capaz de transmitir la esencia de la actividad, generando un impacto perdurable en los turistas para que el contenido sea memorable y funcional.		
Pregunta 6 ¿Qué tipo de símbolos o pictogramas recomienda para que los turistas puedan identificar fácilmente puntos clave en la ruta?	La iconografía debe ser sencilla y clara, que permita identificar diferentes lugares. Lograr que las aves sean representadas de manera clara a través de un dibujo sencillo también es importante, esto será entendido fácilmente por los visitantes. El público objetivo ya tiene ese conocimiento previo, no es que nunca haya visto un pictograma o un símbolo, entonces se debe trabajar en no	Para la señalética deben usarse pictogramas y símbolos que estén relacionados con el tema principal o con el lugar que vayamos a visitar, que no transmitan ideas contrarias, ni den a entender algo negativo o desagradable. Los pictogramas son esenciales al momento de realizar señalética, porque con un solo dibujo podemos comunicar mucho ya que se puede transmitir una	Los pictogramas deben ser claros, simples y universales, sin adornos innecesarios, para que cualquier persona pueda entenderlos rápidamente. Lo más importante es que comuniquen el mensaje de forma instantánea, sin necesidad de explicaciones. Además, si se puede agregar un toque local, como una referencia cultural o un símbolo para la comunidad, eso también puede generar una conexión emocional más fuerte.

	distorsionar la simbología, respetando lo que ya es entendido y aceptado.	gran cantidad de información de manera clara y rápida.	
Conclusiones:	Se sugiere que se coloque símbolos o pictogramas entendibles, sencillos, claros y universales para que sean identificados fácilmente en el sendero y transmitan información directa. Se debe respetar la simbología, evitando crear distorsiones o malinterpretaciones. Los pictogramas son la opción más eficaz, diseñados con un estilo minimalista y sin adornos innecesarios, lo que permitirá facilitar su interpretación. Incorporar símbolos o referencias de la comunidad puede reforzar la conexión emocional con los visitantes.		
Pregunta 7 ¿Qué elementos gráficos o de diseño debe utilizar en ambos (guía y señalética) para garantizar que se complementen entre sí, creando una identidad visual coherente?	En la señalética, todo tiene que estar bien relacionado. Se debe tener en cuenta la parte del logotipo o el indicador que tenga el lugar para partir de ahí con las diferentes aplicaciones en tu propuesta. Debes ajustarte a lo que ya se ha establecido y tratar de mantener la cromática, la tipografía, el uso de los datos y las formas que ya se utilizan realmente en el lugar para que sea un complemento que logre el objetivo.	Es necesario tener una identidad visual, algo con lo que podamos jugar para desarrollar. Los elementos gráficos entre más simples sean, mejor. Cuanta menos saturación de colores haya, mucho mejor. La información debe ser legible, que no tengamos que estar adivinando qué es; eso nos da una comunicación más efectiva. A partir de ahí, podríamos desarrollar cualquier otro producto, ya	Es sumamente importante el crear una fusión entre la señalética y la guía, para que se puedan percibir que forman parte de una misma identidad, de un mismo sistema, lo que refuerza la marca que buscan impulsar.

	Lo que realmente necesitas es analizar los recursos gráficos que ya tiene el lugar y, a partir de esos recursos gráficos, como la tipografía, las formas, los trazos y los colores, aplicarlos en la guía de forma coherente. De esta manera, la guía complementará la información ya existente del lugar. Una vez que identifiques esos recursos, te recomiendo utilizar una tipografía similar a la que ya se usa en el lugar para encabezados y textos importantes. Ellos, al ser un lugar que ya está presente en el mercado, deben tener una tipografía definida. Si no está bien consolidada, puedes mejorarla sin alejarte demasiado de las formas gráficas y estilos que ya utilizan. Este sería tu aporte: mejorar lo que ya existe.	sea material o digital, y manejarlo de una mejor manera. Además, esto nos ayuda a que se posicione más rápido, porque si vemos algo simple, concreto y armonioso, estaríamos dando una identidad clara.	
Conclusiones:	Para garantizar una identidad visual congruente entre la guía turística y la señalética, es importante enfocarse en los diferentes elementos gráficos que ya existen en el lugar, ya que son el punto de partida para usar tipografía, colores, formas y el uso de la marca, para crear una guía que complemente y no distorsione la imagen, se puede mejorarla, pero sin alejarse que ya existe.		

	También la simplicidad y claridad debe primar para entablar una comunicación efectiva, evitando la saturación de colores y manteniendo una estética limpia. Esta coherencia visual debe mostrar al visitante que ambos elementos forman parte de un mismo sistema visual.		
Pregunta 8 ¿Qué criterios considera al elegir fuentes, tamaños y estilos para mejorar la claridad y comprensión del contenido?	Es necesario considerar al público objetivo y los tipos de productos editoriales. Esta guía está diagramada para un público que tiene ya un interés específico en estos entornos turísticos de visualización de aves, flora, fauna. La tipografía y el formato, las formas, deberían ser lo más directos ya que es un factor importante que cautiva la atención del lector a través de información corta, concisa. Las tipografías de palo seco deberían ir para que sea un producto editorial bastante atractivo y con una información fluida.	Para el diseño editorial, depende mucho de la legibilidad que vayamos a tener. No usar mucho texto, sino algo que nos comunique más rápido. El diseño debe ser llamativo, que no sea muy lineal, sino con contraste de colores, algo que funcione bien, especialmente en el aspecto digital. Para mí, entre menos, es más.	Entonces, buscaría tipografías que sean universales. Par mi puedes ocupar una combinación entre tipografías Sans Serif y caligráficas. Creo que por ahí se pueden lograr cosas bonitas entre el dinamismo y también lo sobrio y lo cuidado. Lo interesante sería también cómo buscar un concepto que se conecte con la gente, porque no vale generar unas tipografías tan, no sé, tan universales sino cómo logras que estas tipografías se conecten con un tema local.
Conclusiones:	Para la elección de tipografías se debe basar con respecto a criterios de legibilidad, fluidez y conexión con el público objetivo. Se recomienda usar tipografías de Sans Serif por su simplicidad y claridad que puede reforzar la objetividad de la información y facilitar la lectura.		

	Se tiene que lograr un diseño atractivo, que evite colocar textos innecesarios, para darle mayor énfasis a la intervención de una comunicación rápida y eficaz. También es importante mencionar que la elección tipográfica debe trascender a su funcionalidad, sino que puedan reflejar de manera adecuada el contexto local, creando una conexión mucho más profunda con los lectores.		
Pregunta 9 ¿Qué elementos interactivos (como códigos QR o mapas desplegables) podrían incluirse para mejorar la experiencia del usuario?	Los códigos QR se pueden implementar como una herramienta que puede mejorar la experiencia turística. Los códigos podrían conectarse a recursos digitales como páginas web, recorridos virtuales, a la guía en digital o formularios de evaluación. También se puede implementar actividades para el público objetivo enfocados en la educación ambiental.	Los códigos QR pueden mostrar los servicios del lugar como restaurantes, hoteles, medios de transporte, información de la comunidad, entre otros, para facilitar el desplazamiento al turista, como medios de transporte para llegar al sitio. Además, sería interesante que los QR nos enlacen a videos, para tener una mejor perspectiva de lo que vamos a observar, saber qué esperar antes de llegar. Algo que a veces no se tiene en cuenta y que es un poco complicado, hasta cierto punto, es el factor económico, ya que se desconoce la accesibilidad y conveniencia para el turista al momento de tomar la decisión de qué lugar visitar.	Utilizar de alguna manera que funcione la tecnología NFC y la fotografía enlazada a la realidad aumentada. Hoy por hoy es muy fácil ver códigos QR en todos lados, ya que la gente se adoptó a manejarlos como consecuencia de la Pandemia.
Conclusiones:	La implementación de elementos interactivos como lo son los códigos QR dentro de una guía turística puede transformarse en una herramienta clave para llevar la interacción del usuario a otro nivel, ya que proporciona acceso instantáneo a recursos		

	digitales como páginas web, recorridos virtuales narrados o en video, información sobre servicios locales como restaurantes, hospedaje, medios de transporte, formularios de recomendaciones y actividades educativas. Además, tecnologías como NFC y realidad aumentada puede generar una experiencia inmersiva, como ver fotografías enlazadas con video o modelados en 3D. Al ser los códigos QR de fácil uso entre las personas, facilita la accesibilidad y ayuda al turista a planificar su vivista y mejor manera.		
Pregunta 10 ¿Qué tipo de encuadernación y formato considera más duradera para una guía turística que se utilizará en entornos al aire libre y en condiciones de uso frecuente?	Depende del público objetivo al que se esté dirigiendo. Es un producto editorial de un giro único, y que la persona, por su interés, lo va a conservar. Otro factor por tomar en cuenta son los temas económicos y el número de páginas. Sería muy recomendable un couché para que se puedan percibir las imágenes en una calidad fotográfica. Debería ser cortita, porque lo que prima es el recorrido al aire libre y apreciar el lugar, pues tal vez no se le va a dar mucha relevancia a la guía. La guía sirve como un acompañamiento que debe ser claro, corto, conciso, atractivo, en un formato manejable como	Si la encuadernación sobrepasa las 50 páginas, se puede optar por una encuadernación americana, por su portada completamente robusta, lo que la hace más resistente, permite hacer interacciones con técnicas como el UV selectivo, lo que le da un toque más elegante y moderno. Y el formato debe ser pequeño, transportable	Pueden ser dos formatos: una encuadernación robusta que sea como para guardar en la estantería, o una encuadernación mucho más manejable y ligera que sea como para vivirlo, tenerlo y que permita acompañar al turista. Se debe tomar esta decisión previamente porque las dos cosas no se las puedes unir.

	A5, con opciones tanto horizontales como verticales. No es recomendable jugar con las medidas, más bien usar tamaños estandarizados ya que reducen desperdicios por el mismo enfoque que tiene o filosofía de diseño ecológico. Se puede manejar un formato horizontal para poder apreciar las fotografías.		
Conclusiones:	Para una guía que será usas en un entorno al aire libre y que se usará frecuentemente, se recomienda un formato pequeño, en este caso A5, vertical u horizontal, ya que se puede guardar, es manejable y permite destacar imágenes y mapas. El papel couché garantiza mantener la calidad fotográfica que es lo que debe primar en este tipo de producto. Se debe planificar con anterioridad el tiraje, el presupuesto y el propósito de la guía porque de ahí partirá las diferentes acabados y el tipo de encuadernación que se le quiera otorgar a la guía.		

Fuente: Elaboración propia.

4.7.4. Focus Group

El focus group se fundamentó en conocer la perspectiva tanto de personas conocedoras del aviturismo en Patate como de turistas involucrando en esta actividad, con el fin tener una idea clara sobre los posibles contenidos que se debería incluir en la guía, así como identificar mejoras con respecto a la señalética, las necesidades y requerimientos por parte de los turistas.

Tabla 22. *Participantes que integraron el grupo focal el 30 de noviembre de 2024*.

Nombre	Edad	Estado Civil	Formación
Adrián Soria	55 años	Casado	Biólogo
Carlos Díaz	46 años	Soltero	Guía local
Sergio Oniquinga	43 años	Casado	Guía local
Mauro Iglesias	42 años	Casado	Guía local
Héctor Medina	68 años	Casado	Guía local
Janeth Montenegro	36 años	Casada	Arquitecta aficionada en la fotografía de aves
Juan Carlos Díaz	38 años	Casado	Arquitecto aficionada en la fotografía de aves

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 23. *Análisis de Focus Group.*

Pregunta	Resumen de Respuestas	Patrones o temas comunes	Observaciones
Pregunta 1 ¿Qué tipo de motivaciones y expectativas crees que tienen las personas para elegir el aviturismo como actividad?	Las motivaciones se establecen por las aspiraciones personales de cada turista, pero se puede mencionar que lo más usual es viajar a cualquier lugar con el fin de encontrar un ave en específico para aumentar su lista de observaciones, otros se ven movidos por la interacción por la naturaleza.	- Interés en las aves. - Conexión con la naturaleza como objetivo general. - Aspiraciones o logros personales.	El aviturismo atrae tanto a personas que lo practican como un pasatiempo como experimentados que buscan estar en la naturaleza.
Pregunta 2 ¿Cómo describirías el perfil y que expectativas tienen las personas que participan en actividades de aviturismo en esta zona?	Existen cuatro perfiles: “el pajarero hardcore” que es un turista apasionado que no se limita a nada a la hora de observar aves, los “pajareros premium” que tienen el mismo objetivo, pero priorizan su comodidad en su alimentación y hospedaje, el “pajarero hippie” que busca estar conectado con la naturaleza y la persona que busca llenar su lista de avistamiento.	- Perfiles que tienen interés en el aviturismo, pero difieren entre sí en sus prioridades. - Presencia de varios enfoques con respecto al avistamiento de aves.	Se detecta una clasificación en perfiles clara, lo que permite desarrollar estrategias que se adapten a sus necesidades o requerimientos. Al no poseer de facilidades turísticas adecuadas para este tipo de perfiles, ya que no se ha explorado mucho más a fondo en el potencial del aviturismo. El perfil más adaptable y que se puede buscar fomentar su crecimiento es al turista que busca llenar su lista de

			observación y disfrutar de distintos atractivos turísticos al mismo tiempo.
Pregunta 3 ¿De qué manera suelen enterarse las personas sobre las rutas y actividades disponibles en el cantón Patate, especialmente sobre la Ruta Kuri Pishku?	Las actividades que se desarrollan de aviturismo, se conoce por redes sociales, pero por actores independientes. Sería interesante el crear un perfil en Instagram netamente sobre la Ecorruta, para poder adaptar el material editorial en algo mucho más rápido de consumir por parte de las personas interesadas y a la vez poder establecer en internet esta actividad con información puntual, ya que existe información superficial o nula. También se habló con respecto a aplicaciones móviles de aves que se hallan dentro del mercado, en donde se rescató su importancia pero que muchas veces, si una persona es principiante y no tiene acompañamiento de un guía, va a ser desorientador para su experiencia.	- Redes sociales como principal fuente de información - Las aplicaciones móviles son de utilidad, pero no sustituyen la guía para principiantes en aviturismo.	Dentro del cantón Patate, son pocas las personas que conocen sobre aviturismo y las actividades realizadas surgen de personas que luchan por la conservación o de manera particular. Por parte de las autoridades pasa desapercibido y no recibe la atención necesaria para su desarrollo. La gente local suele estar un poco más involucrada.

Pregunta 4 ¿Qué tipo de información general y para el contenido de la guía consideras que es esencial para que las personas disfruten plenamente de la experiencia de aviturismo?	Esto incluye mapas bien diseñados, marcas de campo y características de la anatomía de las aves, que sean visualmente comprensibles. Incluir información básica y práctica que imposiblemente de encuentra en una guía de campo científica sobre las especies como: su comportamiento, horarios de actividad, condiciones climáticas y servicios o emprendimientos aledaños, para lograr una experiencia más enriquecedora e integrar a la comunidad. También se destacó el papel primordial de los guías locales, quienes, con su conocimiento sobre la ubicación y las aves locales, son clave para vivir el aviturismo de una manera más clara y efectiva. Se sugiere que se puede implementar una señalética informativa sobre especies emblemáticas o llamativas de la zona, creación de, uso de fotografías y la creación de nombre mucho más comerciales y	- Enfoque didáctico y accesible. - Necesidad de incluir temas importantes como: mapas, marcas de campo, anatomía y descripción de las aves y horarios de actividad. - Rol esencial de los guías locales. - Aplicación de señalética informativa.	La guía debe contener como elemento principal la fotografía, aspectos visuales y nombres comerciales llamativos para aumenta el interés por parte del turista. Se debe incluir a la comunidad dentro de la guía para garantizar el éxito del proyecto. Es primordial colocar información de fácil comprensión y lo más sencilla posible para cautivar al turista, acompañado de elementos visuales que les permita conectar mucho más a fondo con el contenido de la guía. El diseño de señalética informativa enfocada en aves comunes de la zona para que fácilmente puedan ser divisadas por turistas que conozcan o no del tema, visualizando así su importancia. Al ser bilingüe, permite atraer la atención de turistas extranjeros.

	llamativos para cada una de las rutas para generar curiosidad a los turistas.		
Pregunta 5 ¿Qué tipo de señalética consideras que sería útil para que las personas se sientan más seguras y cómodas en los senderos de aviturismo? ¿Cuáles crees que son las principales necesidades de las personas cuando visitan las rutas de aviturismo en esta zona?	Se debe implementar señalética de aproximación en el transcurso de los senderos en donde se coloque distancias y el tiempo aproximado del recorrido; esto es prioritario ya que puede generar al turista una idea de cuanto le llevará conocer este atractivo y si ya está próximo a finalizarlo, ya que por lo general hay personas que no alcanzan a completar el sendero y desisten de culminarlo. La señalética existente es muy básica y no enfocada a los fines del aviturismo, pero que es necesario crearla con el fin de que cualquier turista pueda comprenderla y que se puede también adoptar zonas de descanso dentro de las rutas. Sin embargo, hay senderos que no tienen ningún tipo de atractivo adicional, lo que hace que el recorrido se vuelva menos interesante.	- Creación de señalética de aproximación. - Implementación de puntos de descanso y de elementos que haga de los senderos algo atractivo. - Enfoque en la narrativa emocional para transmitir el mensaje de conservación ambiental e historias para mejorar la experiencia.	La falta de un hito al final de algunos senderos es un dato importante para considerar. Señalética inclusiva, accesible y universal, que sea de fácil entendimiento para todo tipo de turistas.

	Dentro de la narrativa se busca establecer un lenguaje amigable, que pueda conectar con el lector y hacerlo parte del aviturismo. A la vez se pretende transmitir el tema de conservación ambiental, y también incluir relatos que giran alrededor de las aves como mitos, cuentos, leyendas o creencias populares que se les atribuye.		
Pregunta 6 ¿Qué recursos (como enlaces a sitios web o redes sociales) crees que podrían ayudar a promover el aviturismo o informar mejor a las personas interesadas?	Adaptar contenidos de la guía para presentarla de manera rápida en redes sociales. Se puede generar contenido en otras plataformas como Youtube, Spotify o con la creación de códigos QR en donde se presenten narraciones de mitos, leyendas, historias de vida de personas locales desde la perspectiva de una guía e ideas que pueden surgir desde la perspectiva del aviturismo en Patate.	- Empleo de redes sociales y plataformas digitales para difundir información. - Incorporación de narrativas para conectar con el público. - Uso de códigos QR para un acceso fácil y dinámico.	La diversificación de canales de promoción de la guía puede atraer la atención de distintos públicos. La inclusión de relatos en audio puede dar un valor distintivo a la propuesta.

Fuente: Elaboración propia.

Conclusión del Focus Group:

A través del análisis del Focus Group se puede evidenciar que existe la oportunidad de potencializar el aviturismo dentro del cantón como una alternativa del turismo ecológico por medio de estrategias que se creen en sintonía a las motivaciones, perfiles y necesidades de los turistas y al mismo tiempo mejorar su experiencia a través un producto que busque involucrar los sentidos, señalética adecuada y el uso de recursos digitales. Las principales motivaciones en común entre los perfiles de "pajareros" con la conexión con la naturaleza y el creciente interés por las aves, lo que permite incluir desde turistas aficionados, que buscan aprender del tema o que desconocen del tema en absoluto, hasta expertos. Los diferentes perfiles nos permiten crear un criterio amplio que permita diseñar experiencia personalizadas que combine seguridad, conocimiento y aventura.

A simple vista, en el cantón, la promoción del aviturismo depende de esfuerzos independientes, lo que muestra que hay la necesidad de crear un enfoque mucho más estructurado en que se puedan integrar redes sociales y plataformas digitales como Instagram, YouTube y Spotify para tener un mayor alcance. El diseño de una guía bilingüe, que contenga información accesible, didáctica y fácil de entender, mapas, señalética y una narrativa emotiva, permite mejorar la accesibilidad, despertar el interés y mostrar una alternativa de turismo de naturaleza que es desconocido por muchos.

También, es trascendental la integración de la comunidad local, a través de información de los servicios, relatos, la narrativa emocional y el papel que juega el guía local, es sumamente clave para fortificar el impacto económico que se busca a través del proyecto. Y finalmente, la implementación de elementos interactivos como los códigos QR y realidad aumentada y el diseño de señalética que cumpla con diferentes requerimientos y sugerencias en cada uno de los senderos son elementos primordiales que generan una experiencia segura, cómoda y diferente al turismo de masas para todos los turistas.

4.8.Triangulación de datos

Tabla 24. *Triangulación de datos.*

Concepto	Investigación bibliográfica	Fichas de observación	Entrevistas a Diseñadores Gráficos	Entrevistas a expertos en Turismo y Aviturismo / Focus Group	Benchmarking
Diseño Editorial	Es la rama del diseño gráfico que se especializa en la maquetación y composición de distintas publicaciones tales como libros, revistas o periódicos. Incluye la realización de la gráfica interior y exterior de los textos, siempre teniendo en cuenta un eje estético ligado al concepto que define a cada publicación y teniendo en cuenta las condiciones de impresión y de recepción. (Ghinaglia, 2020, p. 2)	Actualmente, no existe un producto editorial destinado para la Ecorruta Kuri Pishku, La información proporcionada en el recorrido de los senderos fue obtenida gracias a un guía local, que se apoyó de guías de campo, ya que el lugar no dispone de material informativo, ni recursos en formato impreso o digital disponible para el visitante.	Las tendencias del 2024 que está más acorde a la intención de la guía turística se centran en el minimalismo, para que la información sea comprensible, por el mismo hecho de que se busca mostrar la información de manera breve y concisa.	El diseño editorial aplicado para la creación de una guía turística es importante para sobreponerse a la falta de información, lo que impide el desarrollo pleno del aviturismo en el cantón. La guía debe procurar ser lo más clara, concisa y entendible posible ya que estará destinada a turistas experimentadas y no experimentadas para facilitar su experiencia en esta actividad. Los libros son algo complicados de conseguir, así que sería bueno que la guía	La organización clara a través del juego dinámico entre el texto, fotografía y elementos visuales permiten que la lectura sea fluida. Existe una jerarquía en los textos, colores, tipografía y los diferentes elementos gráficos.

				tuviera la información clara y llegar directamente por medios efectivos y comunicativos.	
Conclusión:	El diseño editorial se enfoca en la maquetación y las diferentes composiciones que se pueden crear en las publicaciones, siempre considerando aspectos gráficos como las condiciones de impresión y el público objetivo para el cual ha sido ideado el contenido. Para el diseño de una guía turística de aviturismo para la Ecorruta Kuri Pishku es primordial para superar la ausencia de recursos informativos adecuados que sean dirigidos de manera específica para esta actividad, facilitando estructurar información de manera sencilla y accesible través de la combinación de texto, fotografía y elementos visuales permiten que la lectura sea fluida., creando una experiencia mucho más satisfactoria para los turistas. La aplicación de tendencias actuales en diseño editorial, de manera puntual, el minimalismo, tiene la destreza de presentar la información de forma concisa y fácil de entender, sin el uso de recursos innecesarios, tanto para turistas experimentados como para principiantes. También, es primordial considerar que las guías de campo de aventurismo son de difícil acceso o difíciles de manejar para una persona que no posee conocimiento previo, por lo que se debe procurar que el producto editorial debe ser práctica y estar disponible en diferentes medios.				
Formato	Son la "…manifestación física de una publicación. En pocas palabras, es la manera en la que presenta la información…Dentro de estos formatos genéricos, los diseñadores pueden cambiar elementos específicos, como tamaño, forma o grosor para	Es importante destacar que el formato de la mayoría de las guías es grande y de una cantidad densa de páginas, lo que las vuelve pesadas para transportarlas y exclusivamente ser un recurso	Se recomienda un formato pequeño, en este caso A5, vertical u horizontal, ya que se puede guardar, es manejable y permite destacar imágenes y mapas.	Algunos turistas, incluso para los guías, es un poco difícil o incómodo llevar un libro o un documento físico que puede mojarse o deteriorarse, como un tríptico, pero si es física debería tener un tamaño portable y manejable.	Uso del formato PDF para las guías, por su accesibilidad en internet y su fácil difusión. Las aplicaciones móviles permiten tener información actualizada y de manera instantánea.

	dar al trabajo una dimensión añadida…" (Bhaskaran, 2008, p. 52).	de consulta para guardar en una estantería.			
Conclusión:	El formato que se determine para la publicación es importante para su eficacia al momento de transmitir la información, ya que no solo establece su presentación final, sino que facilita el ajuste de elementos tales como el tamaño, forma y grosor para un valor agregado al diseño. En el caso del desarrollo de la guía física, es preciso considerar un formato manejable y transportable, como el A5, para asegurar la comodidad y manipulación del turista, evitando que se vuelva un objeto voluminoso, y para la versión en digital, se puede optar un formato PDF que puede ser difundido fácilmente. Asimismo, la correcta elección de un formato permite resaltar elementos visuales como la fotografía y los mapas para una mejor interpretación durante el recorrido. Y con respecto a la guía física, se debe ser resistente, para minimizar su deterioro por factores adversos.				
Tipografía	La tipografía es el oficio que trata el tema de las letras, números y símbolos de un texto impreso (ya sea sobre un oficio físico o electromagnético), tales como su diseño, su forma, su tamaño y las relaciones visuales que se establecen entre ellos. (Gareca Hurtado, 2011, p. 7)	Presencia de tipografías Serif que aportan al concepto de seriedad académica, profesionalismo y fiabilidad de las guías de campo de carácter científico. Uso de distintas tipografías sin jerarquizar la información en la señalética del sendero más promocionado.	La tipografía se debe basar en criterios de legibilidad, fluidez y conexión con el público objetivo. Se recomienda usar tipografías de Sans Serif por su simplicidad y claridad que puede reforzar la objetividad de	Es necesario contar con información sintetizada, precisa y accesible, didáctica y adaptada a las necesidades de los turistas, que su tipografía sea legible, que ayude a la lectura.	La selección de tipografías Sans Serif es predominante e implementadas para mayor legibilidad.

			la información y facilitar la lectura.		
Conclusión:	La tipografía es el arte del manejo de las letras, números y símbolos en un texto, la misma que define la estética y funcionalidad de una publicación. Para aplicarla correctamente en el proyecto tanto en la guía como en la señalética, la elección tipográfica es primordial para asegurar que la información sea legible, fluida, de fácil comprensión y un medio para conectar con el público objetivo. La presencia de tipografías Serif en las guías de campo científicas, le otorgan seriedad y profesionalismo, pero en este caso a través de los objetivos planteados, se recomienda optar por tipografías Sans Serif en ambos casos, por su simplicidad que ayuda a reforzar la objetividad de la información y su legibilidad, evitando crear confusión y asegurando la construcción de una comunicación efectiva que responde a las necesidades del turista.				
Señalética	Señalética es la parte de la ciencia de la comunicación visual encargada de estudiar las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y los comportamientos de los individuos. De modo simultáneo, es la técnica que organiza y regula estas relaciones. En este sentido, la señalética responde a la necesidad de información o de orientación provocada por el	En los senderos que no son promocionados de la Ecorruta, no hay señalética educativa, informativa ni de ubicación, lo que impide que la orientación y el acceso a información a turistas. La señalética existente presenta algunos problemas de diseño como tipografía comprimida, no legible y en diferentes tamaños.	Los símbolos o pictogramas deben ser entendibles, sencillos, claros y universales para que sean identificados fácilmente en el sendero, evitando crear malinterpretaciones. Optar por un estilo minimalista y sin adornos innecesarios, lo que permitirá facilitar su interpretación.	La señalética existente es muy básica y no enfocada a los fines del aviturismo, pero que es necesario crearla con el fin de que cualquier turista pueda entenderla. Sin embargo, hay senderos que no tienen ningún tipo de atractivo adicional. Se debe implementar señalética de aproximación en el transcurso de los senderos en donde se coloque distancias y el tiempo	Presencia de mapas, iconos y figuras geométricas que ayudan en la navegación de la guía.

	fenómeno contemporáneo de la movilidad social y la proliferación de ser- vicios públicos y privados. (Sánchez Avillaneda, 2005, p. 57)			aproximado del recorrido; esto es prioritario ya que puede generar al turista una idea de cuanto le llevará conocer este atractivo y si ya está próximo a finalizarlo. Se sugiere que se puede implementar señalética informativa sobre especies emblemáticas o llamativas de la zona en cada una de las rutas para generar curiosidad a los turistas.	
Conclusión:	La señalética es primordial dentro de la comunicación gráfica, ya que permite la orientación y el entendimiento de un lugar a través de signos claro y funcionales, respondiendo a la necesidad de información. En el caso de los diferentes senderos de la Ecorruta existen varias deficiencias con respecto a señalética educativa, informativa y de ubicación lo que dificulta que los turistas puedan acceder a información. Es importante mencionar que, la señalética existente presenta deterioro, problemas con la tipografía y el uso de tamaños inconsistentes. Para el tema y el enfoque que se quiere dar al proyecto, se debe optar por la adopción de un diseño minimalista y sencillo, que haga uso de iconos o pictogramas universalmente conocidos para su fácil comprensión. La implementación de señalética de aproximación, en la que se mencione tiempos aproximados de llegada en todo el recorrido del sendero ayudará a orientar a los turistas y planificar su recorrido, ya que al no conocer esta información puede ser desalentador el hecho de no saber cuánto tiempo falta para culminar el sendero. También se debe incluir señalética que muestre las diferentes especies de aves que posee cada ruta, para crear curiosidad entre los visitantes, despertando su interés e interacción con el entorno.				

Impresión	"La impresión es un caso especial entre los medios artísticos. La gran variedad de materiales y técnicas que puede utilizarse la convierten en un medio particularmente flexible y lleno de recursos, que ofrece al artista muchas posibilidades de experimentación y expresión" **(Dawson, 1996, p. 6)**.	Por ser las guías de campo un producto editorial de consulta y de varias páginas, posee una encuadernación de tapa dura. El material utilizado en la señalética existente es vinil adhesivo sobre madera, que se ha decolorizado por las condiciones climáticas a las que están sometidos.	Se debe planificar con anterioridad el tiraje, el presupuesto y el propósito de la guía porque de ahí partirá las diferentes acabados y el tipo de encuadernación que se le quiera otorgar a la guía. El papel couché puede ser una opción para utilizar para garantiza mantener la calidad fotográfica. Usar materiales que sigan el concepto ecológico y den una experiencia sensorial, siempre buscando un equilibrio tanto en la sostenibilidad y los costos.	La guía deber de ser clara, concisa, accesible, no muy extensa también para facilitar su transporte a través de los recorridos. Además, es importante que esté diseñada de manera atractiva, con una impresión de calidad que combine imágenes llamativas y textos legibles, permitiendo conectar tantos a los turistas como con las comunidades anfitrionas.	Todas las guías analizadas son digitales, lo que reduce costos en impresión y se la puede difundir fácilmente.

Conclusión:	La impresión es un medio flexible, que permite dar origen a un fin de posibilidades del manejo de materiales y técnicas, dando como resultado diseños artísticos y funcionales. Para obtener una buena impresión en un producto editorial, en este caso una guía de campo y señalética, lo primero que se debe tomar en consideración es el tiraje, el presupuesto y el propósito del proyecto, ya que de ahí partirán los materiales y acabados más adecuados. Para la guía impresa, el uso de papel couché mantendrá la calidad de la fotografía o con materiales que se adapten al concepto ecológico. Debe ser concisa y fácil de transportar, asegurando un diseño atractivo, que cautive la lectura y el uso de una tipografía legible. Por otro lado, la señalética actual, se encuentran deteriorados por las condiciones climáticas, por lo que es primordial el buscar alternativas más duraderas y sostenibles, como la madera plástica.				
Digital	… las publicaciones digitales están evolucionando a gran velocidad y suponen nuevas oportunidades para diseñadores editoriales, editores y anunciantes. La nueva familia digital la conforman las páginas web, los móviles, las tablets Android y el iPad. Las aplicaciones (apps) permiten a los diseñadores incorporar imágenes en movimiento e interactividad a los periódicos y las revistas digitales. Mucha gente lleva encima dispositivos móviles, lo que	Es importante mencionar que la Ecorruta Kuri Pishku como tal no tiene presencia en plataformas digitales a excepción de información superficial de la misma en internet. No existen recursos informativos digitales para esta actividad en el cantón Patate. La difusión de este tipo de actividades encaminadas al aviturismo dependen de personas particulares que están promoviendo actividades relacionadas.	Deben ser responsivo, adaptable y funcional que se puede acceder desde diferentes dispositivos, para garantizar una experiencia fluida y de fácil entendimiento. Debe focalizarse en la calidad, funcionalidad y coherencia visual del diseño.	Se entabló un diálogo a cerca de aplicaciones móviles de aves que se encuentran dentro del mercado, en donde se rescató su importancia pero que muchas veces, si una persona es principiante y no tiene acompañamiento de un guía, va a ser desorientador para su experiencia.	Las guías digitales permiten alcanzar a más personas a través de internet. La evolución para el desarrollo de aplicaciones es producto de la adaptación de nuevas tecnologías aplicadas al aviturismo.

	hace que haya publicaciones con un mayor seguimiento en su versión digital que en papel. (Zappaterra & Caldwell, 2014, p. 23)				
Conclusión:	En las publicaciones digitales se pueden integrar imágenes en movimiento, interactividad y accesibilidad a través de diferentes dispositivos. Las guías turísticas digitales tienen la capacidad de tener un alcance mucho más amplio, dando a conocer actividades como el aviturismo apoyándose en herramientas modernas. El diseño de la guía debe ser adaptable para diversos dispositivos para que cualquier persona pueda tener una experiencia fluida. A pesar de que existen aplicaciones móviles de aves son muy populares entre los "pajareros", su uso puede estar limitado para principiantes si poseer conocimiento o instrucción de parte de un guía local. Es por ello, que dentro de su contenido se debe procurar proporcionar recursos claros y funcionales que mejoren la experiencia del lector y favorezcan la difusión de actividades turísticas ecológicas.				
Diseño Interactivo	El diseño interactivo es un concepto más amplio: cubre la interacción entre el usuario y el sistema, pero principalmente estudia cómo se produce dicha interacción… la información fluye desde el usuario hacia el objeto o el sistema y cómo responde el objeto o el sistema a dicha acción del usuario. Es una comunicación	Por su relevancia científica, las guías de campo que se proporcionaron en el taller no poseen elementos interactivos, ya que son publicaciones de años atrás.	Uso de códigos QR para acceder a información adicional. Además, tecnologías como NFC y realidad aumentada puede generar una experiencia inmersiva, como ver fotografías enlazadas con video o modelados en 3D.	Se pueden incorporar aplicaciones como Ebird, Merlin, inteligencia artificial o a través de códigos QR que muestren información adicional para tener un acceso rápido a información a mucho más amplia. La implementación de códigos QR en una guía turística puede transformarse	Las aplicaciones de aviturismo pueden crear experiencias inmersivas a través de sonidos, mapas y contenido que se adapte al interés del usuario, pero es necesario saber utilizarlas para su mejor aprovechamiento.

	bidireccional, un flujo de acción y respuesta; esta comunicación puede ser en forma de animación, de sonidos, de vibraciones, de videos, de colores y de textos. (Donoso Araujo, 2020, p. 4)			en una herramienta clave para llevar la experiencia de usuario a otro nivel. Se puede generar contenido en otras plataformas como Youtube, Spotify u otra donde se presenten narraciones de mitos, leyendas, historias de vida de personas locales desde la perspectiva de una guía e ideas que pueden surgir desde la perspectiva del aviturismo en Patate.	
Conclusión:	El diseño interactivo analiza la interacción entre el usuario y el sistema, capaz de establecer una comunicación recíproca por medio de sonidos, videos, textos y colores. Las guías de campo por su carácter científico y tradicional no han adaptado elementos interactivos que hoy en la actualidad se puede aprovechar gracias al avance a pasos agigantados de la tecnología. Algunos ejemplos como la realidad aumentada y la tecnología NFC pueden ofrecer experiencias diferentes al lector o también se puede enlazar aplicaciones ya existentes como Ebird y Merlin para tener un soporte de información accesible. También, se puede generar contenido complementario para apoyar o complementar los contenidos expuestos en la guía en plataformas como Instagram, YouTube o Spotify, donde se pueda compartir parte de la información de la guía y narraciones, mitos o experiencias de personas que hayan creado su vida alrededor del aviturismo.				

Fotografía	"…la fotografía capta un momento de la realidad, del mundo, de un contexto, de una época, y en ella se reflejan detalles y rasgos que quedarán recogidos en esa estampa" **(Alcázar Jiménez, 2016, p. 113)**.	Dentro de estas guías de campo, existían secciones con ilustraciones y fotografías que ocupan varías hojas de estas, en donde se daba relevancia a aspectos diferenciales e importantes para identificar aves como es el género y etapa de vida, ya que difieren ciertos aspectos visuales, que son relevantes.	La fotografía es la protagonista, debe ser de buena calidad. El papel couché garantiza mantener la calidad fotográfica que es lo que debe primar en este tipo de producto.	La guía debe contener como elemento principal la fotografía y aspectos visuales. Creación de señalética que contenga fotografías de las aves que se pueden encontrar en cada sendero. La fotografía puede ayudar a identificar detalles importantes de las aves.	La fotografía es un elemento esencial para complementar la información proporcionada, refuerza el atractivo visual de las guías.
Conclusión:	La fotografía percibe un instante de la realidad de una época en las que se recogen detalles que quedarán plasmados en una imagen. Este recurso visual es un elemento esencial en tomar en cuenta en las guías de campo, que puede estar acompañado de ilustraciones, ya que a través de ella se puede descubrir características importantes para la identificación de aves, aspectos que varían notablemente en su apariencia y que definen género y etapa de vida. Para garantizar su impacto, la fotografía en la guía turística debe ser de alta calidad, que se puede reforzar este aspecto con el uso de papel couché que contribuye a cuidar la nitidez y el detalle de las imágenes. Asimismo, para implementarla en la señalética que se ubicará en los senderos, podría incluir fotografía de aves comunes que se encontrarán en el recorrido, aumentando su valor educativo y mejorando la experiencia del visitante.				
Guía turística	Se usan durante el viaje por su 'fácil manejo y tamaño. Tienen información sobre atractivos turísticos, aspectos	Incluir información de preámbulo, datos curiosos y específicos sobre cada una de las aves, resaltando	La información que contendrá la guía debe ser relevante, educativo y afirmativo, para provocar	Adaptar contenidos de la guía para presentarla de manera rápida en redes sociales. A través de la creación de un	El contenido de las guías es similar y cumplen el mismo objetivo: la descripción de las ave,

	de interés del turista como direcciones, servicios, actividades y alojamiento (Mayalita Andrango, 2013).	características como su morfología, colores y plumaje. Se destacó que el contenido debe procurar ser lo más objetivo posible para evitar que sea abrumador para el lector. Las guías de campo proporcionadas en el taller carecen de información acerca del manejo de instrumentos como binoculares, telescopio, entre otros.	confianza con los lectores. El storytelling puede ser una herramienta importante para crear una narrativa capaz de transmitir la esencia de la actividad, generando un impacto perdurable en los turistas para que el contenido sea memorable y funcional.	perfil en Instagram netamente sobre la Ecorruta, para poder adaptar el material editorial en algo mucho más rápido de consumir por parte de las personas interesadas y a la vez poder establecer en internet esta actividad con información puntual, ya que existe información superficial o nula. Es primordial contar con información sintetizada, precisa y accesible, didáctica y adaptada a las necesidades de los turistas. Incluir mapas, marcas de campo y características de la anatomía de las aves, que sean visualmente comprensibles. Incluir información básica y práctica de valor que imposiblemente se encuentra en una guía de campo	características y hábitats, transmitiendo el mensaje de conservación.

				convencional sobre las especies como: su comportamiento, horarios de actividad, condiciones climáticas y servicios o emprendimientos aledaños, para lograr una experiencia más enriquecedora e integrar a la comunidad.	
Conclusión:	Las guías turísticas son una gran herramienta durante el viaje, por su manejo práctico y porque contienen información sobre atractivos turísticos, direcciones, servicios, actividades y alojamiento. Sin embargo, podrían explorar mucho más su potencial incluyendo contenido especializado y detallado. En el caso del proyecto, ya que se quiere lograr una guía turística a modo de guía de campo es fundamental incluir datos reales y específicos de cada una de las especies de aves, donde se muestre datos importantes a considerar sobre su morfología, colores y plumaje, para evitar que la lectura sea saturada y crear un equilibrio entre información educativa y de carácter informativo. Las guías de campo que se pueden encontrar carecen de detalles que pueden ayudar a personas que quieren empezar con esta actividad como: instrumentos (binoculares, telescopios), vestimenta, consejos de observación, marcas de campo, entre otros. Po ello se busca generar contenido que se haya extraído de las necesidades y oportunidades de mejora que se le puede otorgar a este producto editorial, como el storytelling que puede favorecer la transmisión de una narrativa memorable, capaz de conectar con el lector. Asimismo, la guía puede adaptarse a formatos digitales como redes sociales. Se mencionó que se puede crear mayor interacción con las personas a través de la red social de Instagram, a través de un perfil destinado exclusivamente para la Ecorruta donde existiría información educativa y visual, poniendo en el mapa esta actividad existente en Patate.				

Turismo ecológico	…permite a los turistas experimentar la naturaleza de primera mano y brinda la oportunidad de ver especies raras y explorar entornos subdesarrollados, que también se benefician económicamente porque los destinos ecoturísticos tienden a atraer viajeros adinerados. En consecuencia, ayuda a las comunidades locales a desarrollarse al proporcionar empleos, estimular la economía y aumentar conciencia de los problemas ambientales, pues mucha gente viaja por placer y algunos quieren proteger la vida silvestre en peligro de extinción. (Domínguez Estrada, 2023, p. 17)	Durante el recorrido del sendero, no había la presencia de señalética con fines educativos y de concientización ambiental que haga un impacto significativo sobre el lugar.	El diseño gráfico cumple un papel fundamental dentro de la creación de productos editoriales cuyo objetivo es difundir el turismo ecológico, ya que participa como un medio efectivo de comunicación que transporta al lector dentro del entorno descrito.	Dentro de la narrativa se busca establecer un lenguaje amigable, que pueda conectar con el lector y hacerlo parte del aviturismo. A la vez se pretende transmitir el tema de conservación ambiental, y también incluir relatos que giran alrededor de las aves como mitos, cuentos, leyendas o creencias populares que se les atribuye. La conservación ambiental y el aviturismo deben ir de la mano para generar beneficios mutuos siempre y cuando la comunidad local este consciente de la importancia que se le debe dar al entorno y la capacitación sobre esta actividad. Se deben tomar en cuenta materiales reciclados,	Uno de los temas que tratan en las guías en el turismo sostenible y la conservación de la fauna y flora.

				reutilizables, maderas plásticas o combinaciones entre vidrio sobre madera o acrílico, para hacer que la señalética se pueda mantener en buenas condiciones, que se integre al entorno.	
Conclusión:	El turismo ecológico permite conectar con la naturaleza, la misma que permite al turista contemplar la flora y fauna a través entornos menos desarrollados. Además, este tipo de turismo aporta beneficios económicos a las comunidades locales, ya que generalmente suele atraer viajeros que tienen mayor capacidad adquisitiva, que también motiva y genera conciencia sobre la protección de la vida silvestre de las personas de la zona. En Patate, aunque existe el potencial, la falta de señalética destinada para el aviturismo y de carácter educativo y de concientización ambiental, limita explorar y conocer sobre la importancia del sitio al que se visita. A través del diseño, tanto de la guía como de la señalética de la Ecorruta Kuri Pishku, no solo se piensa dar solución a la falta de información, sino se busca que los turistas formen parte y generen un efecto en ellos por medio de un lenguaje afable, un diseño funcional y la inclusión de relatos relacionados con las aves, con la finalidad de incrementar el valor de la experiencia de los visitantes.				
Visitante	El visitante es un concepto básico que da cabida a que el desarrollo del sistema del turismo se lleve a cabo y haciendo que todo gire alrededor de él (Guerrero González & Ramos Mendoza, 2015).	Se identificaron algunas necesidades de parte de los visitantes en la actividad como recomendaciones sobre: vestimenta, horarios para el avistamiento, marcas de campo y manejo de herramientas.	Su diseño debe lograr una conexión emocional con el turista para que sea memorable, cumpliendo su fin de inspirar y orientar al público.	Las motivaciones se establecen por las aspiraciones personales de cada turista, pero se puede mencionar que lo más usual es viajar con el fin de encontrar un ave en específico para aumentar su	Existe diferentes públicos a los que van dirigidos, desde principiantes hasta expertos que estén interesados en la naturaleza y el aviturismo.

		En los senderos no promocionados, no se registra turistas debido al desconocimiento sobre el aviturismo. También la falta al acceso a información y publicidad exterior genera una mala impresión del lugar, lo que puede desmotivar a los visitantes.		lista de observaciones, otros se ven movidos por la interacción por la naturaleza. Existen cuatro perfiles: “el pajarero hardcore” que es un turista apasionado que no se limita a nada a la hora de observar aves, los “pajareros premium” que tienen el mismo objetivo, pero priorizan su comodidad en su alimentación y hospedaje, el “pajarero hippie” que busca estar conectado con la naturaleza y la persona que busca llenar su lista de avistamiento. En el cantón Patate, la observación de aves representa un reto al no poseer la infraestructura necesaria para responder a las necesidades y requerimientos	

				de los turistas, lo que restringe su capacidad de competir a la par con otros lugares.	
Conclusión:	Desde el visitante parte la construcción del sistema turístico, ya que a través del análisis de sus necesidades y expectativas son la base para el fundamento de actividades. En el aviturismo, existe información para esta forma de turismo, pero lo que se busca por medio del proyecto es proporcionar información vital, de utilidad para el turista como: vestimenta, horarios de avistamiento, marcas de campo, y el uso de herramientas especializadas. El diseño debe procurar conectar con el lado emocional del turista para inspirar y orientar. Las motivaciones más comunes con avistar aves y buscar conexión con la naturaleza. Se identificaron cuatro perfiles de turistas: "pajarero hardcore", que no importa las adversidades o condiciones, siempre están dispuestos a observar un ave a cualquier costa: el "pajarero premium", que prioriza su comodidad con respecto a los servicios; el "pajarero hippie", conectado con la naturaleza; y quienes esta actividad es un pasatiempo que les permite completar sus listas de avistamientos. En Patate, el aviturismo tiene desafíos importantes como la falta de infraestructura que dé respuesta a los perfiles descritos anteriormente, menguando su competitividad frente a otros lugares. Solo se le ha dado importancia a uno de los senderos y los otros existentes necesitan mayor intervención ya no hay presencia de visitante, debido al desconocimiento de la actividad, la ausencia de información y publicidad.				

Fuente: Elaboración propia.

Conclusión de la triangulación de datos:

El diseño que se debe llevar a cabo, en la guía turística bilingüe y señalética para los senderos de la Ecorruta Kuri Pishku debe construir una línea gráfica unificada y coherente, que haga uso de elementos visuales accesible y de fácil entendimiento para los visitantes. Este sistema de productos editoriales puede dar mayor importancia a la legibilidad y fluidez mediante el empleo de tipografías Sans Serif, ya que transmiten modernidad, fuerza y versatilidad. El estilo más adecuado para transmitir la objetividad de los productos es el minimalista, por su funcionalidad y simplicidad, creando una experiencia visualmente atractiva, accesible, informativa y educativa.

Para la guía turística, ya sea digital o impresa, la fotografía debe ser la protagonista, que puede estar acompañada con ilustraciones, permitiendo plasmar información relevante y primordial para el aviturismo, dirigida tanto a turistas expertos como principiantes. Entre los contenidos que debe llevar la guía se encuentran: descripción de las aves, marcas de campo, consejos para su observación, manejo de instrumentos, distribución y horas de observación, por medio de una narrativa emocional que cautive la atención del visitante y le permita profundizar en las aves, el turismo ecológico, relatos alrededor de las aves y la importancia de la conservación; contenido valioso que marca una diferencia frente a guías de campo existentes. En cuanto al formato, se puede optar por un formato pequeño, de preferencia A5, con el fin de que sea transportable y fácil de manejar, con opciones de orientación en horizontal o vertical, según su propósito. También se pueden incorporar elementos interactivos como realidad aumentada, modelados 3D y códigos QR, que muestre información adicional y direccione a contenido que se pueden encontrar a través de redes sociales o plataformas digitales como Instagram, YouTube u Spotify donde se puede establecer diferentes maneras de conectar con el visitante como secciones de la guía para redes, senderos narrados e historias de vida , para poder crear contenido referente a la Ecorruta Kuri Pishku, concibiendo un espacio de información sustanciosa en internet para las personas que están en busca de esta actividad.

Y en cuanto a señalética, el uso de iconos o pictogramas es clave para compartir información de manera rápida y precisa a través de representaciones visuales. Al

establecer un sistema de orientación se debe dar un enfoque integral para poder dar soluciones y alternativas clave como la implementación de señales de aproximación, que indican el tiempo estimado para finalizar el recorrido; señalética destinada para mostrar las aves que se pueden observar en cada sendero, generando curiosidad en los visitantes y formando una expectativa inicial de lo que pueden esperar; señalética de carácter educativo y señalética informativa que ofrezcan detalles precisos y atractivos, con el fin de fomentar una experiencia activa y dinámica para los visitantes. Asimismo, se debe optar por el uso de materiales que no afecten el entorno natural y que estén bajo la filosofía de la conservación como la madera plástica, bambú, materiales reciclados o madera, asegurando que no generen ningún impacto en el lugar y que sean capaces de mimetizarse con el entorno.

En base al análisis realizado, se describe la siguiente lista de requerimiento que orientarán el diseño del proyecto:

- Creación de una línea gráfica para reforzar la presencia de la marca y transmitir una identidad visual profesional que brinda al turista una experiencia unificada.

- Uso de elementos visuales de fácil comprensión con el objetivo de transmitir información de manera precisa y efectiva.

- Empleo de tipografías Sans Serif por su legibilidad y dinamismo para garantizar que la información pueda llegar con más claridad, evitando problemas de lectura.

- Uso de un estilo minimalista por su simplicidad, funcionalidad y serenidad, para comunicar de manera sencilla y simple información esencial, evitando distracciones visuales.

- La guía debe poseer un formato pequeño, preferiblemente A5, para su portabilidad y uso, permitiendo que los visitantes puedan llevar consigo la guía durante el recorrido.

- Incorporar una narrativa emocional para conectar con los visitantes, evocando curiosidad, conciencia y empatía hacia la naturaleza, capaz de crear una experiencia memorable del sitio.

- Integrar elementos interactivos como: realidad aumentada, modelado 3D y códigos QR, con el fin de dirigir a información complementaria y contenido en redes sociales y plataformas digitales como Instagram, YouTube o Spotify.

- Presencia en redes sociales para la Ecorruta Kuri Pishku.para atraer nuevos visitantes y conectar con ellos a través de contenido accesible que fortalezca la difusión de la ecorruta.

- Incluir información en la guía sobre: descripción de aves, marcas de campo, consejos de observación, manejo de instrumentos, morfología de las aves, distribución, horarios de observación e información de conservación ambiental.

- Diseño de un sistema de comunicación que integra señalética física: que incluya aspectos educativos, de aproximación e informativos. Para este sistema se incluirá el diseño de pictogramas para comunicar de manera efectiva, capaz de integrarse al entorno natural.

- Uso de materiales duraderos para señalética que preferentemente, se mimeticen con el entorno y no cree un impacto en el lugar como: madera plástica, bambú, materiales reciclados o madera convencional.

CAPÍTULO V

5. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

5.1. Descripción general del proyecto

Tras concluir con la investigación y la recolección de datos, se identificó la necesidad de la creación de recursos informativos enfocados en el turismo ecológico para potenciar el atractivo turístico de la Ecorruta de Aviturismo Kuri Pishku, en el cantón Patate, ya que actualmente la falta de herramientas adecuadas ha limitado la experiencia de los visitantes y el crecimiento de la observación de aves en la zona.

El proyecto plantea la creación de una guía turística bilingüe, con una narración de fácil comprensión, en donde se incluirá una introducción a la actividas, conocimientos previos, información sobre las especies comunes de aves en los senderos, buenas prácticas para el avistamiento y se incorporarán recursos interactivos para mejorar la experiencia del lector.

Como complemento, se diseñará señalética apoyada con iconografía o pictogramas que responda a necesidades encontradas en las rutas con el propósito de exponer información significativa, aprovechando oportunidades para mejorar la experiencia del turista y adaptarla a este tipo de actividad.

5.1.1. Concepto

El proyecto integrador busca llevar a cabo el diseño de una guía turística bilingüe de aviturismo diseñada a modo de una guía de campo, con el objetivo de mostrar las diferentes especies de aves comunes que alberga la Ecorruta Kuri Pishku en el cantón Patate. Este material editorial busca ser una herramienta eficaz y dinámica tanto para personas que no conocen el mundo de la observación de aves como para personas que poseen un nivel más alto sobre el tema, ofreciendo una base introductoria que les permita comprender mucho más de cerca sobre esta actividad.

Además, se busca entablar un vínculo entre el visítate y el lugar, a través de herramientas visuales y narrativas que generen un impacto significativo en su experiencia. Esto se logra a través del desarrollo de un sistema de comunicación que integre señalética,

que sea capaz de mimetizarse con el entorno para dar una respuesta educativa e informativa, con el propósito de fomentar la educación ambiental, la conservación, protección de la diversidad biológica y visibilizar la existencia de este tipo de actividad accesible y sostenible que resalta la riqueza natural de la ecorruta.

5.1.2. Descripción técnica del producto o servicio

5.1.2.1. Identidad Visual

La identidad visual de la propuesta para la Ecorruta Kuri Pishku busca mostrar cualidades diferenciadoras y llamativas que atraen la atención de los visitantes de manera coherente. Aunque la ecorruta ya contaba con un isologo, este no era muy conocido y presentaba algunos problemas de legibilidad por el uso excesivo de colores, tipografías con terminaciones y comprimidas, lo que dificultaba su visualización. Por ello, se realizó una nueva propuesta, en donde se mantuvo su esencia y concepto principal, se optó por un cambio en la tipografía y la adopción de una versión de un isologo monocromático que le proporciona profesionalismo y modernidad.

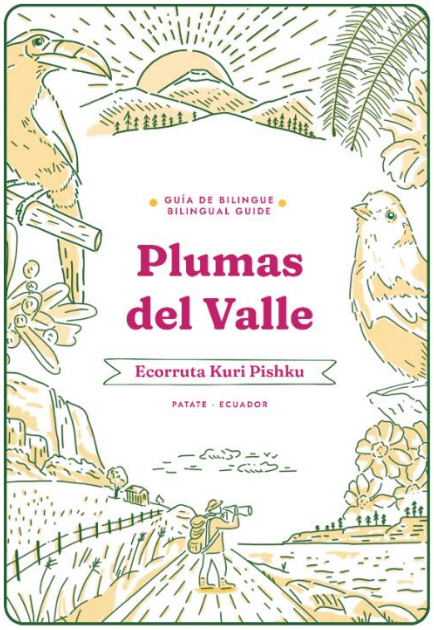
Con respecto a la guía turística, se ha titulado “Plumas del Valle”, que hace referencia al nombre por el cual también es conocido Patate, el Valle de la Eterna Primavera, como a la diversidad ornitológica que existe en el cantón. La portada de este producto editorial está ilustrada donde presenta representaciones visuales clave como el tucán andino, que es el emblema de la ecorruta, la tangara vientre escarlata que es un ave que usualmente se puede observar con facilidad en los senderos, el volcán Tungurahua en la parte superior que es un ícono paisajístico visible desde Patate y se muestra a un visitante disfrutando del aviturismo, que es la actividad principal de la ruta.

Figura 16. *Isologo Ecorruta Kuri Pishku*



Fuente: Elaboración propia

Figura 17. *Portada de Guía.*



Fuente: Elaboración propia

5.1.2.2. Imagen

Se implementó imágenes de cada una de las aves e ilustraciones de estilo naturalista para transmitir una sensación de aventura en la guía, como si fuera una bitácora de campo, logrando crear una relación cercana con la naturaleza, agregando un estilo único y educativo, despertado el sentido explorador de la ecorruta.

Figura 18. *Estilo de ilustración.*



Fuente: Elaboración propia

5.1.2.3.Tipografía

Para la elaboración del proyecto se utilizó tipografías tanto con serifas como sin serifas para equilibrar la accesibilidad y el dinamismo visual. La tipografía con serifas otorgan profesionalismo al diseño, muestras que las tipografías sin serifas se implementaron para facilitar la lectura, mostrar la información de una manera accesible y aportar con mayor

fluidez en la composición. Asimismo, se han utilizado tamaños grandes para garantizar que el material sea legible fácilmente.

Figura 19. *Construcción tipográfica.*

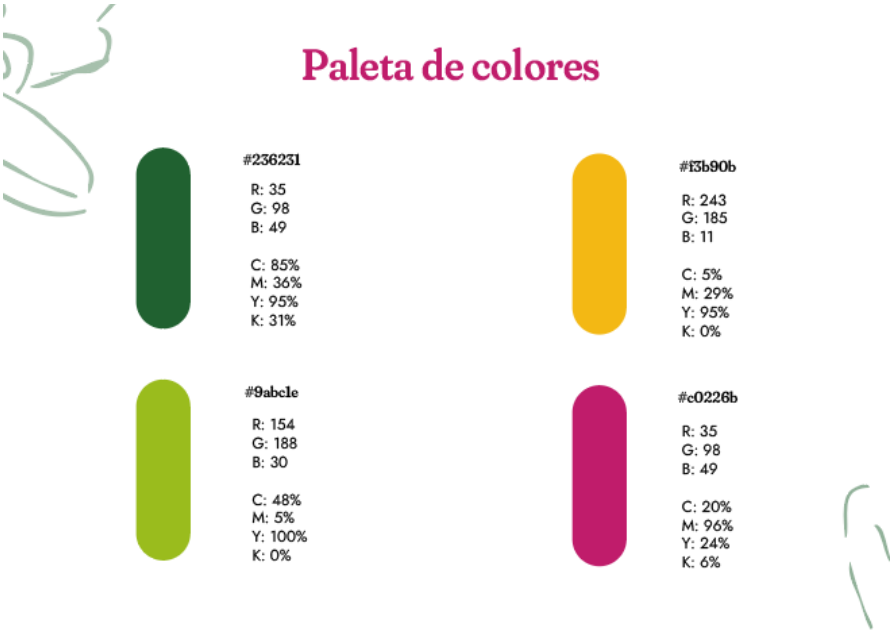


Fuente: Elaboración propia

5.1.2.4. Cromática

En el proyecto se ha utilizado una paleta cromática que refleja la naturaleza, evocando la riqueza y diversidad de los ecosistemas presentes en la ecorruta. Se ha incorporado un color adicional para crear un contraste visual que resalte ciertos elementos clave del diseño. Este contraste tiene como objetivo guiar la atención del usuario hacia información importante, sin interrumpir la armonía visual general del proyecto. La combinación cromática seleccionada no solo facilita la accesibilidad, sino que también refuerza la conexión emocional del visitante con el entorno natural, su biodiversidad y la riqueza del lugar.

Tabla 25. *Cromática.*



Fuente: Elaboración propia

5.1.2.5. Acabados

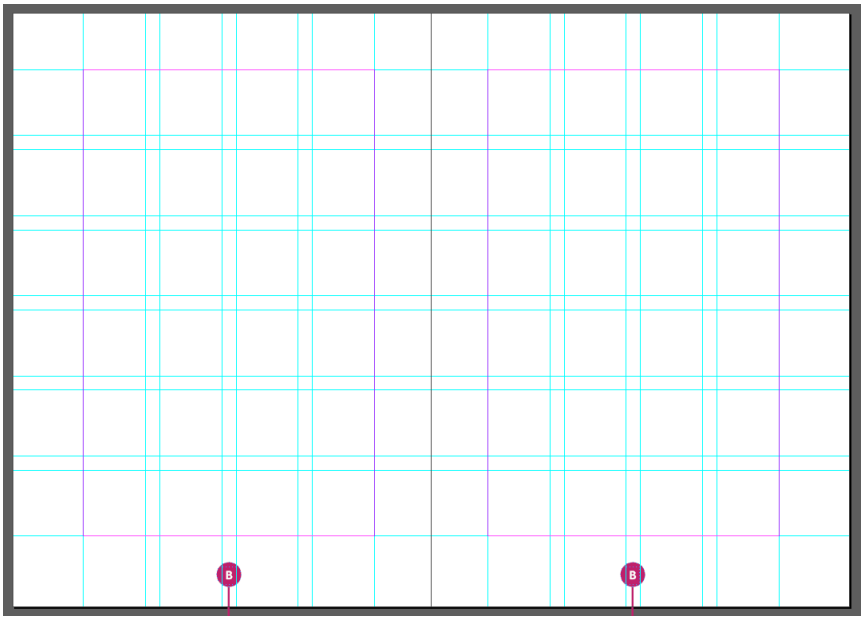
Los acabados de impresión de la propuesta final permiten asegurar que el resultado sea atractivo y funcional. Para la guía se considera utilizar papel couché, por su excelente nitidez, lo que ayudará a mostrar claramente detalles tanto de la fotografía, ilustraciones como en el texto acompañada de una encuadernación de tapa blanda, lo que asegura que el producto editorial sea liviano y manejable para transportar consigo dentro del campo, acompañada de un laminado que garantice su resistencia. También los diferentes elementos del proyecto, como la señalética y los suvenires, se usarán materiales que proporcionen calidad en la información y de la vivencia del visitante.

5.1.2.6. Composición

Se empleó una retícula compuesta por cuatro columnas y seis filas, con un medianil de 5 mm para poder organizar de manera adecuada todos los elementos, ya que a su diseño versátil permite tener a disposición distintas posibilidades para presentar la información

de manera dinámica y equilibrada que se encuentra alineada con el estilo naturalista que se buscó plasmar.

Figura 20. *Retícula.*



Fuente: Elaboración propia

5.1.2.7. Jerarquía

Este proyecto se centra en la creación de la guía turística como elemento principal, y posteriormente, a partir de ella, se integrará señalética, presencia en redes sociales a través de la creación de un perfil en Instagram y suvenires que son importantes para la identidad visual del proyecto.

También, se ha trabajado de manera estratégica con la jerarquización tipográfica, jugando con el peso, el cuerpo y el eje de estas para establecer distinción entre la información proporcionada y la diferenciación del idioma, lo que permite que la información que se busca destacar llegue al lector de forma efectiva, facilitando la lectura, comprensión del texto y crea una organización visual atractiva de la información.

5.1.2.8.Funcionalidad

La funcionalidad de la guía se enfoca en su fácil entendimiento, portabilidad, durabilidad y facilidad de uso dentro de los recorridos, ya que debe ser ligera y compacta para facilita su transporte en los senderos, Aunque no se busca una resistencia extrema, la guía debe ser lo suficientemente duradera para resistir condiciones como humedad, exposición al sol y ser lo más precisa posible para orientar de manera adecuada en su visita en el lugar.

5.1.2.9.Expresión creativa

El proyecto busca entablar una conexión emocional con el lector a través de un diseño visualmente atractivo, a través de su composición, imágenes, contenido, ilustraciones con estilo naturalista que transmite una sensación de aventura, el uso de una paleta de colores propios de la naturaleza que representa su riqueza y el manejo de la tipografía que busca crear un equilibrio visual.

5.1.2.10. Valor agregado / propuesta de valor

La intención del producto final del proyecto es el ofrecer a los visitantes un material editorial original, que lo diferencie de otras guías turísticas, cuyo valor agregado se describe a continuación:

- Atractiva: a través de su diseño atractivo con ilustraciones estilo naturalista y composición dinámica de los contenidos de la guía.
- Interactiva: incluye códigos QR que permite acceder a contenido adicional como los sonidos de cada ave y trazado de los senderos.
- Practicidad: posee un checklist de las aves que el turista pudo observar y se encuentra dentro de la guía para registrar sus avistamientos.
- Accesibilidad: se la pueden encontrar tanto en formato físico como digital, dos idiomas: inglés y español, lo que facilita su uso para un público mucho más diverso.

- Valor local: incluye información sobre los negocios y servicios existentes en el cantón Patate.

5.1.2.11. Materiales e insumos y/o productos o servicios

Tabla 26. *Materiales e insumos.*

Recursos	**Descripción**
Laptop	Lenovo Legion
Cámara	Nikon 5300
Escáner	Epson L210
Software de diseño	Adobe Illustrator Adobe Photoshop Adobe Indesing
Herramienta de traducción	Google Traductor
Tableta gráfica	Huion Kamvas Pro-16

Fuente: Elaboración propia.

5.1.2.12. Presupuesto

Tabla 27. *Presupuesto.*

Costos de producción		
Producto	**Cantidad**	**Precio**
Investigación y documentación		$150
Redacción		$100

Entrevistas			$80
Diseño de guía			$300
Diseño de soportes señaléticos y aspectos técnicos			$400
Fotografías	23		$110
Guías impresas	500		$1250
Botellas	50		$200
Sombrero	50		$180
Stickers	100		$250
Stand portátil	1		$80
		Total	$3150

Fuente: Elaboración propia.

5.1.2.13. Construcción del prototipo

Para la construcción del elemento principal del proyecto integrador, se ha tomado en consideración elementos como portabilidad, durabilidad, calidad fotográfica y fácil comprensión, para desarrollar una guía turística en un formato A5, el mismo que proporciona su fácil manejo y uso durante los recorridos en los senderos.

Para una adecuada representación del prototipo, se generaron mockups que emulen como se vería los distintos elementos realizados dentro de la propuesta, mostrándolos de una manera más fidedigna y profesional. Para lo cual, se usó Adobe Illustrator y Adobe Photoshop para la creación de maquetas digitales de cada uno de los productos llevados a cabo.

Enlace de acceso al material de la propuesta final: https://drive.google.com/drive/folders/19JCRtZl4z3QLoQaF4rOhpiaao3z2iiCP?usp=sharing

Figura 21. *Portada de guía turística.*



Fuente: Elaboración propia.

Figura 22. *Mapas de las rutas de la Ecorruta Kuri Pishku.*



Fuente: Elaboración propia.

Figura 23. *Descripción de ave.*



Fuente: Elaboración propia.

Figura 24. *Sección de datos interesantes de las aves.*



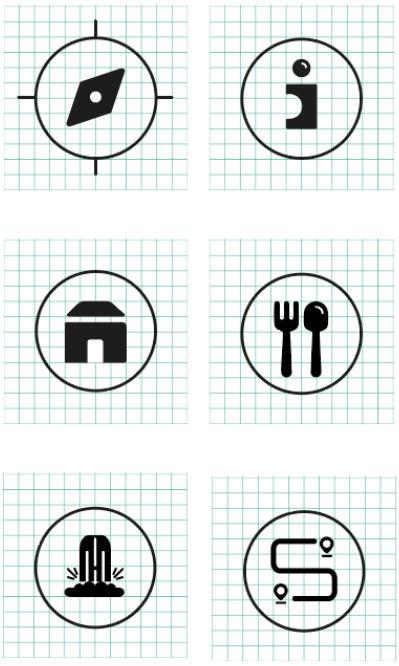
Fuente: Elaboración propia.

Figura 25. *Registro de avistamientos.*



Fuente: Elaboración propia.

Figura 26. *Diseño de pictogramas.*



Fuente: Elaboración propia.

Figura 27. *Señalética de aproximación.*



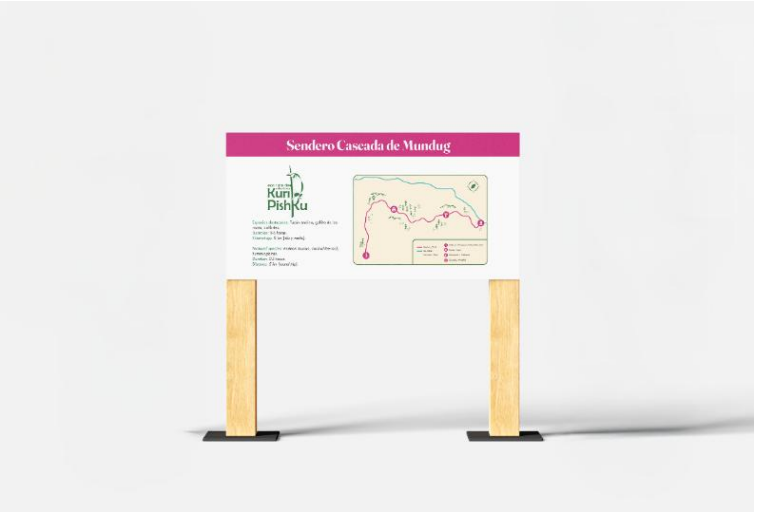
Fuente: Elaboración propia.

Figura 28. *Señalética.*



Fuente: Elaboración propia.

Figura 29. *Señalética informativa para el inicio de cada sendero.*



Fuente: Elaboración propia.

Figura 30. *Punto de información.*



Fuente: Elaboración propia.

Figura 31. *Sombrero.*



Fuente: Elaboración propia.

Figura 32. *Lámina de stickers.*



Fuente: Elaboración propia.

Figura 33. *Botella deportiva.*



Fuente: Elaboración propia.

Figura 34. *Bolso.*



Fuente: Elaboración propia.

CAPITULO VI

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

El turismo ecológico es una alternativa sostenible, cuyo pilar fundamental es promover la conservación de la naturaleza y desarrollar un crecimiento económico en áreas que cuentan con un alto valor natural, como es el caso del cantón Patate. Sin embargo, se ha identificado la ausencia de recursos informativos direccionados a la Ecorruta Kuri Pishku, lo que restringe su difusión y comprensión por parte de visitantes nacionales como internacionales, afectando significativamente en el nacimiento de un nicho de mercado que involucra a la comunidad y cuida el medio ambiente.

En Ecuador, este tipo de turismo ha tomado relevancia debido al aumento de conciencia ambiental y el interés de explorar destinos naturales únicos, lo que lo ha posicionado como un lugar atractivo para los amantes de la naturaleza. Pero la falta de guías de aviturismo dirigidas a un público general es un obstáculo que ha hecho que la atención de los observadores de aves y otros turistas puedan disfrutar plenamente de esta actividad, lo que dificulta la transmisión de información esencial, el desconocimiento de este tipo de experiencia y la difusión del valor que posee la ecorruta para posicionarse como un destino turístico con gran proyección.

En el desarrollo de la propuesta se tomó en consideración la mayoría de las ideas y requerimientos expuestos, creando así un producto editorial accesible para los visitantes que buscan conocer de la observación de aves. Con ello, se logra cumplir con los objetivos planteados, los mismos que sirvieron de guía para la adecuada construcción del proyecto.

6.2. Recomendaciones

Por medio de este proyecto se logró obtener un panorama mucho más amplio sobre la situación actual de la Ecorruta Kuri Pishku, como es la falta de material destinado a la observación de aves que cuente con información precisa, fácil de acceder, hace que su

alcance y potencial como destino de turismo ecológico se vea afectado, ya que limita a que esta actividad sea más conocida y se aproveche de manera óptima.

El presente proyecto puede ser de utilidad como base de futuros proyectos como campañas publicitarias, presencia en redes sociales, productos audiovisuales, animaciones, diseño UX/UI, entre otras. Estas distintas iniciativas fortalecerían la difusión de la ecorruta, con el fin de situarla como un destino turístico referente en aviturismo a nivel nacional e internacional.

Es primordial involucrar a expertos en turismo, ornitología, guías locales y el papel que cumplen la comunidad para la construcción de materiales de este tipo, por ser la fuente de información acerca del entorno, lo que asegura extraer información e ideas que deben ser lo más claras, concisas, atractivas y fácil de interpretar posibles. También es sumamente esencial impulsar investigaciones que busquen dar calidad frente a recursos turísticos ya que consigo atrae beneficios en la economía local y se centra en la búsqueda de la conservación ambiental.

BIBLIOGRAFÍA

Chang Villacís, N. A. (2021). Diseño gráfico y su aporte al reconocimiento de los lugares turísticos de la ciudad de Ambato. Ambato, Ecuador: Universidad Técnica de Ambato. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/32131/1/Chang%20Nicole.pdf

Ruiz Guerra , P. E. (Julio de 2022). Las actividades recreativas y el ecoturismo en la zona lacustre Pisayambo del parque nacional Llanganates. Ambato, Ecuador. Obtenido de https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/35681

Abreu, J. L. (2014). El método de la investigación Research Method. 195-204. Daena: International journal of good conscience. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9%283%29195-204.pdf

Adobe. (s.f.). *Adobe*. Recuperado el 2024, de https://www.adobe.com/es/creativecloud/design/discover/a10-format.html

Adobe Express. (2024). *Graphic design trends for 2024*. Obtenido de https://www.adobe.com/express/learn/blog/design-trends-2024

Alcázar Jiménez, N. (2016). Definición y diseño de productos editoriales (UF1904). Málaga, España: IC Editorial. Obtenido de https://elibro-net.uta.lookproxy.com/es/lc/uta/titulos/44539

Asamblea Nacional Constituyente . (2002). Ley de Turismo. Ecuador. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf

Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Ecuador. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf

Asamblea Nacional del Ecuador. (2004). Ley de Gestión Ambiental. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf

Astudillo Webster, P., & Siddons. (2013). *Avifauna de la ciudad de Santa Ana de los Cuatro Ríos de Cuenca, Ecuador.* Cuenca, Ecuador. Obtenido de chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://cga.cuenca.gob.ec/sites/default/files/GUIA%20AVIFAUNA.pdf

Banco Mundial. (Octubre de 2024). *Ecuador: panorama general*. Obtenido de https://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview#1

Barrera, E. (2006). Turismo rural. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://argentinambiental.com/wp-content/uploads/pdf/AA49-28-Turismo_Rural_Politica_Agropecuaria_Multifuncionalidad_Y_Turismo_Rural_Van_De_La_Mano.pdf

Barriga Barriga , T. C. (2010). *Imagen e identidad corporativa: ejemplos de construcción de la identidad visual*, 133-142. Tierra Nuestra. Obtenido de https://revistas.lamolina.edu.pe/index.php/tnu/article/view/103

Bedoya Meneses, J. A. (Enero de 2021). Puesta en valor del Parque recreacional Pablo Amaya y algunos senderos ecológicos del Municipio de Toro Valle, como estrategia de gestión municipal. Bogotá, Colombia. Obtenido de https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/52712

Beltrán, F. (2014). Semiótica y diseño. *9*, 76-85. Revista Científica de Investigación y Desarrllo en Diseño. Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4730662.pdf

Bernete, F. (2013). Análisis de contenido. 193-203. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=5JsWBAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA193&dq=que+es+el+analisis+de+contenido&ots=u1pKgdj18q&sig=0PL8S6B9FNvysdvF5Dat_3mltzo#v=onepage&q&f=false

Bhaskaran, L. (2008). ¿Qué es el DIseño Editorial? Obtenido de https://es.scribd.com/doc/280116150/Que-Es-El-Diseno-Editorial-Lakshmi-Bhaskaran-PDF-1

Boncheva, A. I., & Ibánez, R. (2012). Medio ambiente y política turísitica en México Tomo I: Ecología, biodiversidad y desarrollo turístico. *1*. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=BAHYkvJihDwC&oi=fnd&pg=PA11&dq=Medio+ambiente+y+pol%C3%ADtica+tur%C3%ADsitica+en+M%C3%A9xico&ots=i-hYXAkMad&sig=njBBHSn2Dvc02RsRT82xUj11pII#v=onepage&q=Medio%20ambiente%20y%20pol%C3%ADtica%20tur%C3%ADsitica%20en%

Cartay, R., Mayoral Izaguirre, M. E., & Izaguirre-Mayoral, M. (2020). Revisiòn y vision prospectiva del aviturismo en Ecuador. *Gestión Turística*, 8-26.

Carter, R., Meggs, P. B., Day, B., Maxa, S., & Sanders, M. (2014). Typographic Design: Form and Communication. *6*. Obtenido de chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.liuchenjim.com/teaching/art223a/materials/typographic_design_formn_Communication_6ed_by_Rob_Carter.pdf

Castro Tirado, M. Á. (2016). Composición de textos en productos gráficos: UF1460. Málaga, España: IC Editorial. Obtenido de https://elibro-net.uta.lookproxy.com/es/lc/uta/titulos/44092

Castro Tirado, M. Á. (2016). Maquetación de productos editoriales: UF1461. IC Editorial. Obtenido de https://elibro-net.uta.lookproxy.com/es/lc/uta/titulos/44091

Catopodis, M. (2012). La tipografía en el diseño editorial. *(03)*. Revista uces. DG| enseñanza y aprendizaje del diseño. Obtenido de https://publicacionescientificas.uces.edu.ar/index.php/disgraf/article/view/1001

Ceballos Lascuráin, H. (1998). Ecoturismo. Naturaleza y Desarrollo Sostenible. México: Editorial Diana. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-07/tema2/Ceballos-Lascurain.pdf

Chandler, D. (1998). Semiótica para principiantes. Ediciones Abya-Yala. Obtenido de https://elibro-net.uta.lookproxy.com/es/lc/uta/titulos/94029

Chulde Chulde, W. G. (2021). Elaboración de una guía turística de la laguna "El Salado", ubicada en el cantón Montúfar, provincia del Carchi. Ibarra, Ecuador. Obtenido de https://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/10830

Clauso, A. (1993). El producto de la catalogación: los catálogos. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://ru.dgb.unam.mx/bitstream/20.500.14330/TES01000695049/3/0695049.pdf

Concesión Costera Cartagena Barranquilla. (2023). Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.birds.cornell.edu/latam/wp-content/uploads/2023/09/Guia-de-Aves-Parque-Isla-Salmanca.pdf

Costa, J. (1989). Señalética: de la señalización al diseño de programas. Barcelona. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://creaciondementes.wordpress.com/wp-content/uploads/2014/05/costa-joan-sencc83aletica.pdf

Costa, J. (2014). *Diseño de Comunicación Visual: el nuevo paradigma* (Vol. 2). Grafica.

Cruz del Castillo, C., & Olivares Orozco, S. (2014). Metodología de la investigación. Editorial Patria. Obtenido de https://elibro-net.uta.lookproxy.com/es/ereader/uta/39410?page=160

Cucchiari, C. F. (2019). Identidad Corporativa: Planificación estratégica generadora. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://bdigital.uncuyo.edu.ar/objetos_digitales/14298/cucchiari-fce1.pdf

Dawson, J. (1996). Guía completa de grabado e impresión: técnicas y materiales. *9*. Ediciones AKAL. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=VJl_9tP5I2kC&oi=fnd&pg=PA6&dq=que+es+la+impresion&ots=Ec6s9JqKPH&sig=tynuMr8gkKiBuaisTRpQHf4HB58#v=onepage&q=que%20es%20la%20impresion&f=false

Design Council. (18 de Junio de 2021). Design Economy: People, Places and Economic Value - Executive summary. Obtenido de https://issuu.com/designcouncil/docs/design_economy_people_places_and_economic_value_

Design Council. (2024). Design Economy: The Green Design Skills Gap. Obtenido de https://issuu.com/designcouncil/docs/design_economy_-_green_skills_gap_final

Domínguez Estrada, J. F. (2023). Turismo de experiencias en la naturaleza. Editorial Miguel Ángel Porrúa. Obtenido de https://elibro-net.uta.lookproxy.com/es/lc/uta/titulos/231040

Donoso Araujo, J. F. (2020). Diseño interactivo. 3-9. Espacio Diseño. Obtenido de https://espaciodisenoojs.xoc.uam.mx/index.php/espaciodiseno/article/view/2199/2182

D'Ortenzio, V. M. (2020). Hiperconectados. La señalética y su impacto en los consensos sociales. *23*. Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.scielo.org.ar/pdf/ccedce/n105/1853-3523-ccedce-105-141.pdf

El Telégrafo. (2023). Ecuador es uno de los países con mayor conectividad en la región. Obtenido de https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/nacionales/44/ecuador-paises-mayor-conectividad-region

Farratell Castro, L. (2015). Maquetación y compaginación de productos gráficos complejos (UF1374. España: IC Editorial. Obtenido de https://elibro-net.uta.lookproxy.com/es/lc/uta/titulos/43503

FasterCapital. (9 de Junio de 2024). *Diseño de folletos: Tendencias de diseño de folletos 2024: qué hay dentro y qué hay fuera*. Obtenido de https://fastercapital.com/es/contenido/Diseno-de-folletos--Tendencias-de-diseno-de-folletos-2024--que-hay-dentro-y-que-hay-fuera.html#:~:text=En%202024%2C%20el%20dise%C3%B1o%20de%20folleto

s%20consistir%C3%A1%20en%20hacer%20una,audiencia%20en%20un%20mercad

Frascara, J. (2006). *El diseño de comunicación.* Ediciones Infinito. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://catedragrafica1.wordpress.com/wp-content/uploads/2009/09/diseno-y-comunicacion.pdf

Garcia Jimenez, A. A., & Llaque Paladines, D. D. (2023). Diseño de sistema de orientación y guía turística bilingüe sobre la ruta de las iglesias patrimoniales del centro de Guayaquil. Guayaquil, Ecuador: Escuela Superior Politécnica del Litoral. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://dspace.espol.edu.ec/retrieve/41a3c59a-441c-44cc-9b91-ee401d76b66e/T-113758%20Garcia%20-%20Llaque%20%28ARTE-395%29.pdf

García Llorente, J. (2016). Manual: técnicas de diseño gráfico corporativo. Editorial CEP, S.L. Obtenido de https://elibro-net.uta.lookproxy.com/es/lc/uta/titulos/51090

García Llorente, J. (2016). Técnicas de diseño gráfico corporativo (UF2400). Obtenido de https://elibro-net.uta.lookproxy.com/es/lc/uta/titulos/51068

Gareca Hurtado, F. R. (2011). Tipografía. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/2483/L22.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Gavidia Anticona, J. (2015). Lenguaje y comunicación. Ediciones de la U. Obtenido de https://elibro-net.uta.lookproxy.com/es/lc/uta/titulos/70242?bfpage=1&bfsearch=&bffolder=all&prev=bf

Ghinaglia, D. (2020). Taller de diseño editorial. Obtenido de https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/actas/article/view/2866/4518

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón San Cristobal de Patate. (2023). Plan de Trabajo . Obtenido de https://www.patate.gob.ec/index.php/transparencia/rendicion-de-cuentas1/2023-5/rendicion-de-cuentas-institucional-2/2593-plan-de-trabajo-alcalde/file

Gómez Gómez, H. (2016). Construcción poética estricta en el diseño editorial de cubiertas. *(38)*, 103-137. Trípodos. Obtenido de https://tripodos.com/index.php/Facultat_Comunicacio_Blanquerna/article/view/328/141

Gómez, M. (2009). Introducción a la metodología de la investigación científica. *2*. Córdoba, Argentina: Editorial Brujas. Obtenido de https://elibro-net.uta.lookproxy.com/es/ereader/uta/78021?page=68

Guaña Paillacho, A. M. (2021). Elaboración de una guía turística sobre los atractivos naturales de las parroquias del cantón Pedro Moncayo. Ibarra, Imbabura, Ecuador: Universidad Técnica del Norte. Obtenido de https://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/11509

Guarro Casas. (28 de Febrero de 2024). *5 tendencias del diseño editorial para 2024*. Obtenido de https://guarrocasas.com/5-tendencias-del-diseno-editorial-para-2024/

Guerrero González, P. E., & Ramos Mendoza, J. A. (2015). Introducción al turismo. México: Grupo Editorial Patria. Obtenido de https://elibro-net.uta.lookproxy.com/es/lc/uta/titulos/39409

Guerrero Reyes, L. (2016). El Diseño Editorial. Guía para la realización de libros y revistas. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://docta.ucm.es/rest/api/core/bitstreams/ae9a1284-8f73-4956-9e20-761230468e3a/content

Gutiérrez Almenara, A. (2023). La literatura contemporánea árabe a través de sus cubiertas. 99-119. TRANS: revista de traductología. Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9239231

Guzmán Barket, E. (2014). El turismo interno como alternativa creciente de desarrollo turístico del Ecuador. *7(17)*. Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8146165

Heller, E. (2007). Psicología del color. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili. Obtenido de https://www.digitaliapublishing.com/a/41267/psicologia-del-color

Hernández Blázquez , B. (2001). *Técnicas Estadísticas de Investigación Social.* Madrid: Ediciones Díaz de Santos, S.A.

Hernández Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista Lucio, M. d. (2003). Metodología de la Investigación. México: McGRAW-HILL. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Metodologia-de-la-Investigaci%C3%83%C2%B3n_Sampieri.pdf

Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua. (2020). Agenda Tungurahua 2019 - 2023. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.tungurahua.gob.ec/file/2020/07/Agenda_Tungurahua_2019-2023.pdf

Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua. (25 de Diciembre de 2023). *Patate, impulsa su estrategia de turismo cantonal*. Obtenido de https://www.tungurahua.gob.ec/patate-impulsa-su-estrategia-de-turismo-cantonal/

Hudgins, B. (2007). Crafting the travel guidebook: how to write, publish & sell your travel book. The Woodmont Press. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://assets.booklocker.com/pdfs/3428s.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). Censo de Población y Vivienda 2010. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/memoriasCenso/Memorias-light.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2021). Indicadores de tecnología de la información y comunicación. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2020/202012_Boletin_Multiproposito_Tics.pdf

Iñigo Dehud, L. S., & Makhlouf Akl, A. (2014). Diseño editorial. Manual de conceptos básicos. México: Universidad Autónoma del Estado de Morelos. Obtenido de http://riaa.uaem.mx/handle/20.500.12055/1434

Ivankovich, G., C. I., & Araya Quesada. (2011). Focus groups: técnica de investigación cualitativa en investigación de mercados. *29(1)*. Revista de Ciencias Económicas. Obtenido de https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/view/7057/6742

Jiménez Bulla, L. H. (2008). Ecoturismo: oferta y desarrollo sistémico regional. Ecoe Ediciones. Obtenido de https://elibro-net.uta.lookproxy.com/es/lc/uta/titulos/69114

Jiménez Bulla, L. H. (2019). Agroturismo estrategia para el desarrollo de la especialidad rural y la sustentabilidad ambiental.

Julca Meza, E. C. (2017). Un enfoque a la importancia del turismo. 133-136. Turismo y Patrimonio. Obtenido de https://www.revistaturismoypatrimonio.com/index.php/typ/article/view/17/10

Langford, M. J., & Langford, M. (1990). La fotografía paso a paso. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=xlDqNerrGqgC&oi=fnd&pg=PA8&dq=fotograf%C3%ADa&ots=y4SZ5pwXZk&sig=F6FPhPgf-8Z_Ht2wCkGwjN-gESk#v=onepage&q=fotograf%C3%ADa&f=false

Larrea Sanchez, E. (2024). Ecuador una apuesta al aviturismo, una modalidad de gran crecimiento e importancia. Obtenido de https://trafficamerican.com/ecuador-una-apuesta-al-aviturismo-una-modalidad-de-gran-crecimiento-e-importancia/

Llugsha Guijarro, V., Cabanilla, E., Camacho, S., Carrillo Flores, R., Garrido Cornejo, C., Jurado Moreno, P., . . . Oviedo, M. S. (2021). *Turismo y desarrollo desde un enfoque territorial y el covid-19.*

López Iglesias, C. (2014). Especificaciones de calidad en impresión, encuadernación y acabados. ARGN0109. Obtenido de https://elibro-net.uta.lookproxy.com/es/lc/uta/titulos/45109

Lupton, E., & Cole Phillips, J. (2015). Graphic Design: The New Basics. *2*. Obtenido de https://www.are.na/block/15524460

Magini, C. I., & Muryn, M. F. (2021). Ecoturismo como estrategia para fomentar la educación ambiental y contribuir a la conservación de los recursos naturales : análisis de caso: caminata guiada en la isla Yecapasela (Martillo), Ushuaia, Tierra del Fuego, Argentina. Buenos Aires, Argentina. Obtenido de https://ri.unsam.edu.ar/handle/123456789/1857

Maldonado Alcudia, M. C. (2012). Turismo y religión. México: Editorial Miguel Ángel Porrúa. Obtenido de https://elibro-net.uta.lookproxy.com/es/lc/uta/titulos/38559

Martínez Ruiz, H., & Avila Reyes, E. (2012). Obtenido de https://sd0bc5f099b0aa845.jimcontent.com/download/version/1494904262/module/10258608883/name/LIBROOO%20investigacion%20cientifica.pdf

Mayalita Andrango, R. D. (2013). Diseño de una guía turística promocional de los atractivos naturales de las lagunas de Mojanda. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.uotavalo.edu.ec/server/api/core/bitstreams/8caeab98-30a9-4827-8c91-ec68fe5c271f/content

McLean, R. (1993). Manual de tipografía. *11*. Ediciones AKAL. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=MHLfZMobAPoC&oi=fnd&pg=PA7&dq=tipografia&ots=bYecGn5l2s&sig=ojiIlaxpBHaGH4mi7pO_Nwx5OdE#v=onepage&q=tipografia&f=false

Mejía, M., Ángeles, M. d., & Nava Sanchezllanes, N. (2018). Metodología de la investigación. Grupo Editorial Éxodo. Obtenido de https://elibro-net.uta.lookproxy.com/es/ereader/uta/172512?page=103

Ministerio de Turismo. (2014). Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/el-tesoro-que-alberga-la-ecorruta-kuri-pishku/#:~:text=La%20Ecorruta%20de%20Aviturismo%20%C2%B4Kuri%20Pishku%C2%B4%20tiene%20una,en%20la%20provincia%20de%20Tungurahua.

Ministerio de Turismo. (2014). Ley de Turismo. Obtenido de https://www. turismo. gob. ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DETURISMO. pdf.

Ministerio de Turismo. (27 de Junio de 2019). *MINTUR y GAD de Patate firman un convenio para la aplicación del Programa Pueblos Mágicos*. Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/mintur-y-gad-de-patate-firman-un-convenio-para-la-aplicacion-del-programa-pueblos-magicos/

Ministerio de Turismo. (2021). *REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO.* Registro Oficial. doi:https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2022/07/30-12-2021-REGLAMENTO_GENERAL_A_LA_LEY_DE_TURISMO.pdf

Ministerio de Turismo. (3 de Enero de 2024). *El Ministerio de Turismo presentó su Plan de Turismo 2024*. Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/el-ministerio-de-turismo-presento-su-plan-de-turismo-2024/#:~:text=Adem%C3%A1s%2C%20se%20desarrollar%C3%A1n%20seis%20Portafolios,la%20oferta%20tur%C3%ADstica%20gastron%C3%B3mica%20nacional.

Moldiber. (2024). Tendências da sinalética comercial em 2024. Obtenido de https://moldiber.com/blog/pt/tendencias-da-sinaletica-comercial-em-2024/

Moles, A., & Costa, J. (1999). Publicidad y diseño. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=Ex4I7M1DmRkC&oi=fnd&pg=PA9&dq=publicidad&ots=_Ehv9aGs44&sig=pv7hvzuhGH9b2Ft0rBU2KR9BbCQ#v=onepage&q=publicidad&f=false

Mongabay. (2024). Obtenido de https://es.mongabay.com/2024/01/desafios-ambientales-ecuador-2024-crisis-politica/

Monroy Mejía, M. d., & Nava Sanchezllanes, N. (2018). *Metodología de la investigación.* Grupo Editorial Éxodo. Obtenido de https://elibro-net.uta.lookproxy.com/es/lc/uta/titulos/172512

Monteagudo Valdivia, P., Sánchez Mansol, A., & Hernández Medina, M. (2007). El video como medio de enseñanza: Universidad Barrio Adentro. República Bolivariana de Venezuela. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0864-21412007000200006&script=sci_arttext&tlng=pt

Mora Carrera, G. N., Larrea Paredes, M. d., & Moncayo Silva, M. G. (2020). Desarrollo local y turismo en Ecuador. doi:https://doi.org/10.33789/enlace.19.1.58

Morales Holguín, A. (2020). El método de diseño aplicado al diseño publicitario, una mirada desde los sistemas complejos. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/nawi/v4n1/2588-0934-nawi-4-01-00013.pdf

Morro, A. (2009). El turisme cultura. Editorial UOC. Obtenido de https://elibro-net.uta.lookproxy.com/es/lc/uta/titulos/56419

Mosquera Lozano, J., & Quiñones Caicedo, J. F. (2023). Propuesta de diseño de información adaptativo para público infantil del Zoológico de Cali. Colombia: Universidad Autónoma de Occidente. Obtenido de https://hdl.handle.net/10614/14945.

Munari, B. (2016). ¿Cómo nacen los objetos?: apuntes para una metodología proyectual. Editorial GG. Obtenido de https://elibro-net.uta.lookproxy.com/es/lc/uta/titulos/211904

Munari, B. (2016). *Diseño y comunicación visual* (Segunda ed.). Editorial GG. Obtenido de https://elibro-net.uta.lookproxy.com/es/ereader/uta/45559?page=63

Municipio Descentralizado del cantón San Cristobal de Patate. (2018). Plan de Desarrollo turístico. Ecuador. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.udla.edu.ec/app/pardot/wp-content/uploads/2022/05/Plan-de-Desarrollo-Turistico-del-Canton-Patate-2018.pdf

Narvaez, E. L. (2014). El turismo alternativo: una opción para el desarrollo local. 9-18. RevIISE: Revista de Ciencias Sociales y Humanas. Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5537859

Nel·lo, M., & Llanes, C. (2016). El ecoturismo. Editorial UOC. Obtenido de https://elibro-net.uta.lookproxy.com/es/lc/uta/titulos/57903

Niño Rojas, V. (2011). Metodología de la Investigación: diseño y ejecución. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U. Obtenido de https://elibro-net.uta.lookproxy.com/es/ereader/uta/70969?page=37

Parrales García, M. F. (Mayo de 2013). El Diseño Editorial a través del Método. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://ru.dgb.unam.mx/bitstream/20.500.14330/TES01000695049/3/0695049.pdf

Peel, V., & Sørensen, A. (2016). Exploring the Use and Impact of Travel Guidebooks. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=SgZpCwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT10&dq=Travel+Guidebook&ots=W5IaUsV_Oe&sig=DBjsjITv0dcErMisrDnweVa1qI#v=onepage&q=Travel%20Guidebook&f=false

Peñas Fernández, I. (2020). Diseño de un Producto Editorial: Guía de la ciudad de Sevilla a través de los ojos de un local. Universitat Politècnica de València. Obtenido de https://riunet.upv.es/handle/10251/153193

Perez, L., Perez, R., & Seca, M. V. (2020). Metodología de la investigación científica. 213. Editorial Maipue. Obtenido de https://elibro-net.uta.lookproxy.com/es/ereader/uta/138497?page=22

Perona, A. M. (2010). Ensayos sobre video, documental y cine. Editorial Brujas. Obtenido de https://elibro-net.uta.lookproxy.com/es/lc/uta/titulos/78034/

Pintado Blanco, T., & Sánchez Herrera, J. (2013). Imagen corporativa: influencia en la gestión empresarial. *2*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://sgfm.elcorteingles.es/SGFM/dctm/MEDIA01/201305/16/00106524422844_1_.pdf

Prefectura de Pichincha. (2023). *Guía de Aviturismo.* Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://files.goraymi.com/2023/05/03/c26b78b3416bb5f90b500bb790f6d703.pdf

Primicias. (Octubre de 2024). *El problema del desempleo en Ambato comenzó "hace diez años"*. Obtenido de https://www.primicias.ec/noticias/sociedad/cifras-desempleo-ambato-empresarios-tungurahua/

Programa De Las Naciones Unidas Para El Desarrollo. (Abril de 2024). *Ecuador da inicio al proceso de revisión y actualización de su Estrategia Nacional de Biodiversidad y su Plan de Acción*. Obtenido de https://www.undp.org/es/ecuador/noticias/ecuador-da-inicio-al-proceso-de-revision-y-actualizacion-de-su-estrategia-nacional-de-biodiversidad-y-su-plan-de-accion

Quezada Cajamarca, D. S. (Marzo de 2024). Diseño editorial de una guía turística ilustrada con mecanismo pop up para promocionar el turismo en el cantón Nabón. Universidad de Cuenca. Obtenido de https://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/44121

Quiñones Bedón, M., Tapia Pazmiño, J. G., & Andrade Naranjo, D. S. (2019). El turismo de aventura: Una estrategia para la nueva ruralidad. *4(3)*, 119-137. Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional. Obtenido de file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/Dialnet-ElTurismoDeAventura-7164294.pdf

Rebollo Soto, N. (2019). Ecoturismo. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://dspace.itsjapon.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/283/1/Ecoturismo.pdf

Restrepo, C. (2013). La fotografía como herramienta de construcción de memoria social. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://sired.udenar.edu.co/2900/1/89889.pdf

Robalino Cáceres, E. C. (2023). Gestión logística para las actividades turísticas del cantón Patate. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/16756/1/UA-MAE-EAC-014-2023.pdf

Rodríguez, A. C., Nazareno Ortiz, R., & Sánchez Segura, G. A. (2021). Agroturismo para el Desarrollo Sostenible en fincas ecuatorianas. Un estudio documental.

Rollié, R. (2004). *La enseñanza del diseño en comunicación visual.* Buenos Aires: Editorial Nobuko.

Ruiz Olabuénaga, J. I. (2012). Metodología de la investigación cualitativa. *5*, 123. Universidad de Deusto. Obtenido de https://www-digitaliapublishing-com.uta.lookproxy.com/viewepub/?id=15155

Salas Medina, P. E. (2021). La universidad en el análisis de las facilidades turísticas en el sendero Kuri Pishku tramo cascada de Mundug, Patate. *Revista Universidad y Sociedad, 13*(1), 26-34.

Salcedo Guzmán, M. P., & Rebolloso, F. S. (2012). Turismo y sustentabilidad: paradigma de desarrollo entre lo tradicional y lo alternativo. *(41)*, 71-86. Revista Gestión y estrategia. Obtenido de https://gestionyestrategia.azc.uam.mx/index.php/rge/article/view/89/800

Sánchez Avillaneda, M. d. (2005). Señalética: conceptos y fundamentos: una aplicación en bibliotecas. Alfagrama Ediciones. Obtenido de https://elibro-net.uta.lookproxy.com/es/lc/uta/titulos/188294

Sánchez Ramos, E. (2009). La revolución digital en el diseño gráfico. *(7)*. Actas de Diseño. Obtenido de https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/actas/article/view/2957/4347

Sánchez Rojas, A. E. (2005). La Ilustración y el diseño gráfico como lenguaje. Obtenido de https://repositorio.unitec.edu.co/handle/20.500.12962/1492

Sánchez, B. S. (1978). La encuadernación en las bibliotecas. 9-18. Revista Educación. Obtenido de file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/18687-Texto%20del%20art%C3%ADculo-40525-1-10-20150404%20(1).pdf

Sancho, A. (1994). Introducción al turismo. Obtenido de http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1178

Santos García, D. V. (2019). Fundamentos de la comunicación. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://dspace.itsjapon.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/673/1/Fundamentos_de_comunicacion.pdf

Santos Orcero, D. (2014). Diseño gráfico de productos editoriales multimedia: UF1583. IC Editorial. Obtenido de https://elibro-net.uta.lookproxy.com/es/lc/uta/titulos/45083/

Secretaría de Turismo. (2004). Cómo desarrollar un proyecto de Ecoturismo. México. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2016/08/Como-desarrollar-un-proyecto-ecoturistico.pdf

Secretaría de Turismo. (2004). Turismo alternativa: Una nueva forma de hacer Turismo. México.

Soria, A., & Valarezo, J. C. (2012). *Scribd*. Obtenido de https://es.scribd.com/document/306335914/Guia-Aves-de-Yambo

Spendolini, M. (2005). El proceso de benchmarking. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/39144442/El_Proceso_de_Benchmarking-libre.pdf?1444710398=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DEL_PROCESO_DE_BENCHMARKING.pdf&Expires=1731688313&Signatu

Tello Leyva, Y. M. (2015). TURISMO CINEGETICO:? UNA ALTERNATIVA DE DESARROLLO SUSTENTABLE? *11(20)*. European Scientific Journal. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/91380687/5949-Article_Text-17470-1-10-20150801-libre.pdf?1663835836=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DTurismo_Cinegetico_Una_Alternativa_De_De.pdf&E

Triquell, X. (2012). Fuera de cuadro: Discursos audiovisuales desde los márgenes. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=ShEMCB7T2AQC&oi=fnd&pg=PA17&dq=el+poder+de+la+imagen&ots=aXVnkKWiJw&sig=XoUwEi4j0eb1GG9f-vMiCg8SEWA#v=onepage&q&f=false

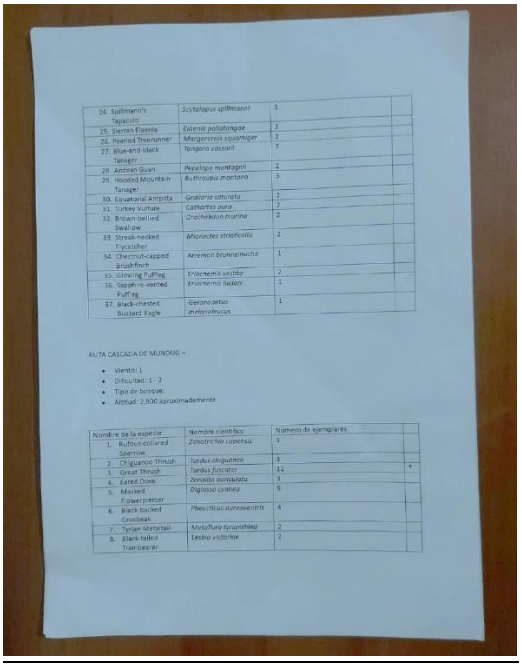
Universidad de la República de Uruguay. (2020). Etapas de la investigación bibliográfica. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.fenf.edu.uy/wp-content/uploads/2020/12/14dediciembrede2020Etapasdela-investigacionbibliografica-1.pdf

Wong, W. (2014). *Fundamentos del diseño.* España: Editorial Gustavo Gili. Obtenido de https://www.digitaliapublishing.com/viewepub/?id=41390

Zappaterra, Y., & Caldwell, C. (2014). Diseño editorial: periódicos y revistas / medios impresos y digitales. España: Editorial GG. Obtenido de https://elibro-net.uta.lookproxy.com/es/lc/uta/titulos/45556

ANEXOS

Anexo 1. Registro de individuos de aves existentes en la Ecorruta Kuri Pishku



24. Spillmann's Tapaculo	*Scytalopus spillmanni*	3
25. Sierran Elaenia	*Elaenia pallatangae*	2
26. Pearled Treerunner	*Margarornis squamiger*	2
27. Blue-and-black Tanager	*Tangara vassorii*	7
28. Andean Guan	*Penelope montagnii*	2
29. Hooded Mountain Tanager	*Buthraupis montana*	3
30. Equatorial Antpitta	*Grallaria saturata*	1
31. Turkey Vulture	*Cathartes aura*	2
32. Brown-bellied Swallow	*Orochelidon murina*	2
33. Streak-necked Flycatcher	*Mionectes striaticollis*	2
34. Chestnut-capped Brushfinch	*Arremon brunneinucha*	1
35. Glowing Puffleg	*Eriocnemis vinitta*	2
36. Sapphire-vented Puffleg	*Eriocnemis luciani*	1
37. Black-chested Buzzard Eagle	*Geranoaetus melanoleucus*	1

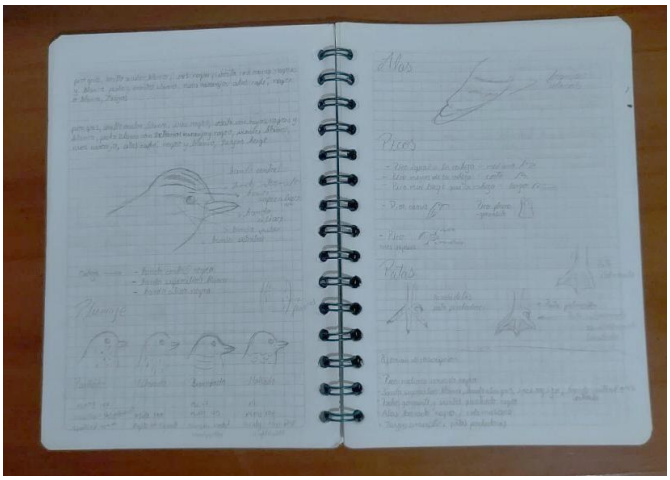
RUTA CASCADA DE MUNDUG –

- Viento: 1
- Dificultad: 1 - 2
- Tipo de bosque:
- Altitud: 2,800 aproximadamente

Nombre de la especie	Nombre científico	Número de ejemplares
1. Rufous-collared Sparrow	*Zonotrichia capensis*	3
2. Chiguanco Thrush	*Turdus chiguanco*	8
3. Great Thrush	*Turdus fuscater*	12
4. Eared Dove	*Zenaida auriculata*	3
5. Masked Flowerpiercer	*Diglossa cyanea*	9
6. Black-backed Grosbeak	*Pheucticus aureoventris*	4
7. Tyrian Metaltail	*Metallura tyrianthina*	2
8. Black-tailed Trainbearer	*Lesbia victoriae*	1

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 2. Apuntes del Taller *"Como identificar las aves que fotografías en la montaña"*



Fuente: Elaboración propia.

Anexo 3. Salida de campo en la Ecorruta Kuri Pishku, junto a un guía local.



Anexo 3. Taller "Cómo identificar las aves que fotografías en la montaña".



Anexo 4. Ilustraciones de aves.



Fuente: Elaboración propia.

Anexo 4. Focus Group



Anexo 5. Brief realizado a la Encargada de Turismo.



Brief

El proyecto tiene como
objetivo diseñar una guía turística bilingüe y la señalética para la Ecorruta de Aviturismo Kuri Pichku, ubicada en el cantón Patate, provincia de Tungurahua.

* Indica que la pregunta es obligatoria

Nombres completos:

Tu respuesta

Institución:

Tu respuesta

Cargo:

Tu respuesta

1 respuesta

Vincular con Hojas de cálculo

Resumen Pregunta Individual

Nombres completos:

1 respuesta

Evelyn Chicaiza

Institución:

1 respuesta

GADMSC DE PATATE

Cargo:

1 respuesta

Técnico de Turismo

¿Cuál es la misión de la Ecorruta Kuri Pischku?

1 respuesta

Preguntas | Respuestas 1 | Configuración

¿Cuál es la misión de la Ecorruta Kuri Pischku?

1 respuesta

Promover el aviturismo

¿Qué valores representa la ecorruta?

1 respuesta

Conservación

¿Cuáles son los objetivos de la ecorruta con la guía y la señalética?

1 respuesta

Difusión y promoción turística

¿Qué otras actividades se realizan en la Ecorruta Kuri Pishku?

1 respuesta

Caminata, camping, observación de la flora y fauna, visita establecimientos turísticos

¿Qué información debe contener la guía?

1 respuesta

Como llegar, ruta, georeferencia, nombre de las especies, contactos de transporte, centros de salud, guías, punto de información turística, alojamiento

¿Qué elementos son indispensable en la guía y señalética?

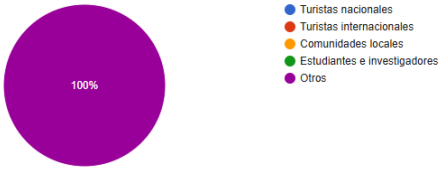
1 respuesta

En la guía información precisa y actualizada, señalética en base a lo que señala la normativa

Copiar gráfico

¿A quién estará dirigida la guía de la ecorruta?

1 respuesta





Enlace de acceso a evidencias de entrevistas: https://drive.google.com/drive/folders/19JCRtZl4z3QLoQaF4rOhpiaao3z2iiCP?usp=sharing