



**INSTITUTO UNIVERSITARIO DE FORMACIÓN PROFESIONAL,  
ADMINISTRATIVA Y COMERCIAL**

**CARRERA:**

TECNOLOGÍA EN DISEÑO GRÁFICO MULTIMEDIA

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**TEMA:**

“DESARROLLO DE E-BOOK FOTOGRÁFICO SOBRE LA FLORA, FAUNA,  
GASTRONOMÍA, COMO MEDIO DE PROMOCIÓN, Y DIFUSIÓN TURÍSTICA  
DE LAS SIETE CASCADAS -CERRO DE HAYAS DEL CANTÓN NARANJAL”

“DESTINO TURÍSTICO Y DE AVENTURA”

REQUISITO PREVIO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE TECNÓLOGO EN  
DISEÑO GRÁFICO MULTIMEDIA

**AUTOR(A):**

LAUREN YULISA MORALES PINTO

**TUTOR:**

GIANELLA LISETTE BERMEO QUEZADA

LCDA. DISEÑO Y PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

GUAYAQUIL - ECUADOR

2019 – 2020

## CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD

**Número único de identificación:** 1204048951

**Nombres del ciudadano:** MORALES PINTO LAUREN YULISA

**Condición del cedulao:** CIUDADANO

**Lugar de nacimiento:** ECUADOR/LOS RIOS/VINCES/VINCES

**Fecha de nacimiento:** 22 DE ENERO DE 1979

**Nacionalidad:** ECUATORIANA



*Lauren Yulisa Morales Pinto*

**Sexo:** MUJER

**Instrucción:** BACHILLERATO

**Profesión:** ESTUDIANTE

**Estado Civil:** SOLTERO

**Cónyuge:** No Registra

**Fecha de Matrimonio:** No Registra

**Nombres del padre:** MORALES CARRIEL LUCIANO

**Nacionalidad:** ECUATORIANA

**Nombres de la madre:** PINTO MIÑO BIRGITTA

**Nacionalidad:** ECUATORIANA

**Fecha de expedición:** 6 DE ENERO DE 2014

**Condición de donante:** SI DONANTE

Información certificada a la fecha: 23 DE SEPTIEMBRE DE 2021

Emisor: ANA MARIA REAL GONZALEZ - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 9 - GUAYAS - GUAYAQUIL

N° de certificado: 211-627-46810



211-627-46810

*F. Alvear*

Ing. Fernando Alvear C.

Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación

Documento firmado electrónicamente





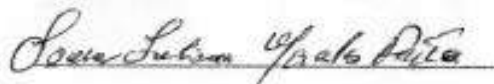
## RECONOCIMIENTO DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Lauren Yulisa Morales Pinto**, declaro bajo juramento que el presente Trabajo de titulación, válido para optar por el título de en Diseño Gráfico y Multimedia, titulado: **“Desarrollo De E-Book Fotográfico Sobre La Flora, Fauna, Gastronomía, Como Medio De Promoción, Y Difusión Turística De Las Siete Cascadas -Cerro De Hayas Del Cantón Naranjal”**, es de mi autoría; que no lo he presentado en ninguna otra institución educativa para obtener algún título, grado o calificación profesional.

Reconozco que he consultado todas las fuentes bibliográficas que aquí detallo.

De la misma manera, según lo que establece la Ley de Propiedad Intelectual, su reglamento y el Reglamento Interno del Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, cedo los derechos de propiedad intelectual de este trabajo de investigación, al Instituto ya mencionado.

Autorizo la reproducción parcial o total de este trabajo con fines académicos por cualquier forma, medio o procedimiento, siempre y cuando se incluya la cita bibliográfica del documento.



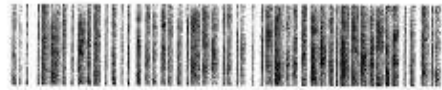
Lauren Yulisa Morales Pinto

C.C:1204048951





Factura: 002-992-000037604



20210901009D00487

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20210901009D00487

Ante mí, NOTARIO(A) RICARDO RENATO VASQUEZ LEIVA de la NOTARÍA NOVENA , comparece(n) LAUREN YULISA MORALES PINTO portador(a) de CÉDULA 1204048951 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil SOLTERO(A), domiciliado(a) en VINCES, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede , es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaria, no asume responsabilidad alguna. - Se archiva un original. GUAYAQUIL, a 23 DE SEPTIEMBRE DEL 2021, (13:44).

*Lauren Yulisa Morales Pinto*  
LAUREN YULISA MORALES PINTO  
CÉDULA: 1204048951

*[Fingerprint]*  
*[Signature]*  
\_\_\_\_\_  
NOTARIO(A) RICARDO RENATO VASQUEZ LEIVA  
NOTARÍA NOVENA DEL CANTÓN GUAYAQUIL



## CERTIFICACIÓN

En calidad de revisor del trabajo de titulación “Desarrollo de E-Book fotográfico sobre la flora, fauna, gastronomía, como medio de promoción, y difusión turística de las siete cascadas -cerro de hayas del cantón Naranjal destino turístico y de aventura”.

## CERTIFICO

Que el trabajo de la estudiante **LAUREN YULISA MORALES PINTO** ha sido analizado por un sistema de reconocimiento de texto automático **URKUND ANALYSIS**.

Los resultados alcanzados evidencian el cumplimiento del nivel de coincidencias permitido hasta el 17%. Por tanto, se autoriza su impresión y presentación al acto de defensa



Dr. C. Rafael Bell Rodríguez

Vicerrector Académico

## RECONOCIMIENTO DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Lauren Yulisa Morales Pinto**, declaro bajo juramento que el presente Trabajo de titulación, válido para optar por el título de en Diseño Gráfico y Multimedia, titulado: **“Desarrollo De E-Book Fotográfico Sobre La Flora, Fauna, Gastronomía, Como Medio De Promoción, Y Difusión Turística De Las Siete Cascadas -Cerro De Hayas Del Cantón Naranjal”**, es de mi autoría; que no lo he presentado en ninguna otra institución educativa para obtener algún título, grado o calificación profesional.

Reconozco que he consultado todas las fuentes bibliográficas que aquí detallo.

De la misma manera, según lo que establece la Ley de Propiedad Intelectual, su reglamento y el Reglamento Interno del Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, cedo los derechos de propiedad intelectual de este trabajo de investigación, al Instituto ya mencionado.

Autorizo la reproducción parcial o total de este trabajo con fines académicos por cualquier forma, medio o procedimiento, siempre y cuando se incluya la cita bibliográfica del documento.

---

Lauren Yulisa Morales Pinto

C.C:1204048951

## **CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Tutor, en calidad de Tutor del trabajo de titulación:

### **CERTIFICA**

Que el trabajo de titulación válido para optar por el título de Tecnólogo en Diseño Gráfico y multimedia, cuyo tema es: **“Desarrollo De E-Book Fotográfico Sobre La Flora, Fauna, Gastronomía, Como Medio De Promoción, Y Difusión Turística De Las Siete Cascadas -Cerro De Hayas Del Cantón Naranjal”**, fue elaborado por la Srta. Lauren Yulisa Morales Pinto, ha sido debidamente revisado y está en condiciones de ser entregado para que se siga lo dispuesto por el Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, correspondiente a la sustentación y defensa del mismo, previo a la obtención de su título.

---

Gianella Lisette Bermeo Quezada

Lcda. Diseño y Producción Audiovisual

Tutor de Trabajo de Titulación

## **DEDICATORIA**

A la memoria de mi madre Birgitta Margarita Pinto Miño  
que fue la persona que me inspiro para seguir estudiando.

Siempre estarás en mi corazón Madre Mia

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco en primer lugar a Dios por siempre estar presente en mi vida, por ser una fortaleza para mi espíritu, motivándome día a día a salir adelante.

Le agradezco a mi madre Birgitta pinto Miño y mi padre Luciano Morales Carriel por haberme dado el primer apoyo en mi educación siendo, una fuente de amor incondicional enseñándome los valores que deben tener las personas para ir en el camino correcto y por estar siempre presente cada día de mi vida, al ser mi apoyo presencial y espiritual, esperando a verme convertida en una profesional.

Le agradezco a mi esposo Nugma Loor Mendoza, por ser la persona que me apoyo en todo lo que necesitaba moral y económico y profesional, por estar ahí y responder las dudas que tenía y por ser una ayuda contante para poder realizarme como profesional.

Le agradezco a mis hijos, por tener la paciencia de soportar muchas horas solos en casa y por apoyarme en cada cosa que realizo día a día y por el amor que me dan diariamente

Les agradezco a la Asociación Cerro de hayas 7 cascadas por el apoyo que me dieron, en especial al señor Miguel Tigre por ayudarme con la información de la organización

## ÍNDICE DE CONTENIDO

|   |       |
|---|-------|
| ÍNDICE DE CONTENIDO .....                                 | XI    |
| ANEXO DE TABLA.....                                       | XVI   |
| INDICE DE IMAGENES.....                                   | XVII  |
| INDICE GRAFICOS .....                                     | XVIII |
| INDICE DE ANEXO.....                                      | XIX   |
| RESUMEN .....   | XXII  |
| ABSTRACT.....   | XXIII |
| INTRODUCCIÓN .....  | 1     |
| CAPITULO I. FUNDAMENTACIÓN.....                           | 8     |
| 1.1. MARCO HISTÓRICO .....                                | 8     |
| 1.1.1. Historia de Diseño Gráfico .....                   | 8     |
| 1.1.2. Historia del Diseño Gráfico Mundial.....           | 9     |
| 1.1.3. Historia del Diseño Gráfico Ecuador .....          | 12    |
| 1.1.4. Historia del cerro de Hayas .....                  | 13    |
| 1.1.5. Historia de la Fotografía.....                     | 14    |
| 1.1.6. Historia del Libro como Diseño Editorial .....     | 15    |
| 1.1.7. Historia del Turismo .....                         | 9     |
| 1.1.8 Historia del Turismo Comunitario en el Ecuador..... | 16    |
| 1.2. MARCO TEÓRICO .....                                  | 16    |
| 1.2.1. Diseño .....                                       | 16    |
| 1.2.2. Diseño Gráfico.....                                | 17    |
| 1.2.3. Diseño Editorial .....                             | 18    |
| 1.2.4. El E-book fotográfico .....                        | 19    |
| 1.2.5. Composición.....                                   | 20    |
| 1.2.6. La Tipografía .....                                | 20    |

|  |    |
|--|----|
| 1.2.7. Jerarquía.....                          | 21 |
| 1.2.8. La Retícula.....                        | 21 |
| 1.2.9. Comunicación Visual.....                | 21 |
| 1.2.10. Fotografía.....                        | 22 |
| 1.2.11. Fotografía Digital.....                | 23 |
| 1.2.12. Fotografía Publicitaria .....          | 23 |
| 1.2.13. Fotografía de Paisaje.....             | 24 |
| 1.2.14. Comunicación .....                     | 24 |
| 1.2.15. Psicología del color.....              | 25 |
| 1.2.16. El turismo.....                        | 26 |
| 1.3. MARCO CONCEPTUAL .....                    | 27 |
| 1.3.1. Arte .....                              | 27 |
| 1.3.2. Diseño Gráfico.....                     | 27 |
| 1.3.3. Elementos Gráficos.....                 | 27 |
| 1.3.4. Elementos base del Diseño Gráfico ..... | 27 |
| 1.3.5. Elementos Conceptuales .....            | 27 |
| 1.3.6. Elementos de diseño .....               | 28 |
| 1.3.7. Elementos Visuales.....                 | 28 |
| 1.3.8. Elementos de Relación del diseño .....  | 28 |
| 1.3.9. Elementos Prácticos .....               | 28 |
| 1.3.10. Mensajes .....                         | 29 |
| 1.3.11. Destinatarios .....                    | 29 |
| 1.3.12. Diagramación.....                      | 29 |
| 1.3.13. Maquetación.....                       | 29 |
| 1.3.14. Retícula .....                         | 29 |
| 1.3.15. Color .....                            | 29 |
| 1.3.16. Tipografía.....                        | 30 |

|  |    |
|--|----|
| 1.3.17. Tipos de formatos de imágenes .....                          | 30 |
| 1.3.18. Publicidad .....   | 30 |
| 1.3.19. Fotografía.....  | 30 |
| 1.3.20. Composición .....  | 33 |
| 1.3.21 Planos fotográficos. ....                                     | 34 |
| 1.3.22. Iluminación .....  | 35 |
| 1.3.23. Psicología del color.....                                    | 36 |
| 1.3.24. InDesign.....  | 36 |
| 1.3.25. Illustrator.....   | 36 |
| 1.3.26. Photoshop.....   | 36 |
| 1.3.27. Comunicación Visual.....                                     | 36 |
| 1.3.28. El Boceto.....   | 36 |
| 1.3.28. Diseño de Marca .....  | 36 |
| 1.3.29. Grupo Objetivo .....   | 37 |
| 1.3.30. Imágenes .....   | 37 |
| 1.3.31. Etapas del Diseño Editorial.....                             | 37 |
| 1.4. MARCO JURIDICO.....   | 38 |
| 1.4.1. Constitución de la República del Ecuador .....                | 38 |
| 1.4.2. Ley de Educación.....   | 39 |
| 1.4.3. Régimen del buen vivir.....                                   | 40 |
| 1.4.4. Ley de Comunicación .....                                     | 42 |
| 1.4.5. Plan Nacional de Desarrollo (2017 - 2021) Toda una vida ..... | 42 |
| 1.4.6. Ley de Propiedad Intelectual .....                            | 43 |
| CAPITULO II. METODOLOGÍA EMPLEADA.....                               | 45 |
| 2.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN .....                                     | 45 |
| 2.1.1 Descriptiva.....   | 45 |
| 2.1.2 Explicativa .....  | 45 |

|  |           |
|--|-----------|
| 2.2 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN .....                  | 46        |
| 2.2.1 Enfoque Cualitativo .....                        | 46        |
| 2.2.2 Enfoque Cuantitativo .....                       | 46        |
| 2.3. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....                     | 46        |
| 2.3.1. Métodos Teóricos .....                          | 47        |
| 2.3.2 Métodos Empíricos .....                          | 47        |
| 2.3.3 Métodos Estadísticos .....                       | 48        |
| 2.4 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS .....                   | 49        |
| 2.4.1 Análisis de la observación .....                 | 49        |
| 2.4.2 Análisis de los resultados de encuestas.....     | 50        |
| 2.4.3 Análisis de los resultados de entrevistas.....   | 57        |
| <b>2.5. HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS.....</b>              | <b>57</b> |
| 2.5.1 Análisis PEST.....                               | 57        |
| 2.5.2. Análisis DAFO (FODA).....                       | 58        |
| 2.5.3. Modelo CAPA .....                               | 59        |
| <b>CAPITULO III. DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....</b>   | <b>61</b> |
| 3.1. TÍTULO DE LA PROPUESTA .....                      | 61        |
| 3.2. OBJETIVO DE LA PROPUESTA.....                     | 61        |
| <b>3.3. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA .....</b>          | <b>61</b> |
| 3.3.1 Estado inicial de proyecto.....                  | 62        |
| 3.3.2 Requerimientos de desarrollo .....               | 62        |
| 3.3.3. Requerimientos técnicos .....                   | 63        |
| 3.3.4. Requerimientos operativos.....                  | 64        |
| 3.3.5. Requerimientos económicos .....                 | 65        |
| 3.3.6. Planificación de desarrollo de actividades..... | 66        |
| 3.3.7. Fase 1: Planteamiento de Idea .....             | 67        |
| 3.3.8. Fase 2: Diagramación del libro.....             | 71        |

|  |     |
|--|-----|
| 3.3.9. Presupuesto .....   | 91  |
| 3.3.10. Fase 3: Implementación.....  | 93  |
| 3.3.11. Responsive para diferentes dispositivos móviles del E-Book<br>Fotográfico..... | 93  |
| 3.4. FACTIBILIDAD DE APLICACIÓN.....   | 94  |
| 3.4.1. Factibilidad administrativa .....   | 94  |
| 3.4.2. Factibilidad económica digital.....   | 94  |
| 3.4.3. Factibilidad legal.....   | 95  |
| 3.4.4. Factibilidad ecológica.....   | 95  |
| 3.5. RESULTADOS ESPERADOS EN LA APLICACIÓN DE LA<br>PROPUESTA .....                    | 95  |
| CONCLUSIONES .....   | 96  |
| RECOMENDACIONES.....   | 97  |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....   | 98  |
| ANEXOS .....   | 119 |

## **ANEXO DE TABLA**

|   |     |
|---|-----|
| Tabla N. 1. Requerimientos técnicos .....                   | 63  |
| Tabla N. 2. Requerimientos operativos .....                 | 64  |
| Tabla N. 3. Requerimientos económicos.....                  | 65  |
| Tabla N. 4. Planificación de desarrollo de actividades..... | 66  |
| Tabla N. 5. Presupuesto Fotográfico .....                   | 92  |
| Tabla N. 6. Primera Visita de Observación .....             | 120 |
| Tabla N. 7. Segunda visita de Observación .....             | 121 |
| Tabla N. 8. Entrevista al presidente de la Asociación ..... | 123 |
| Tabla N. 9. Entrevista a los Turistas .....                 | 128 |
| Tabla N. 10. Encuesta a los Socios.....                     | 133 |
| Tabla N. 11. Entrevista a los habitantes.....               | 138 |

## INDICE DE IMAGENES

|   |    |
|---|----|
| Imagen N. 1. Mockup del E-book.....   | 67 |
| Imagen N. 2. Logo del E-book Fotográfico.....                                   | 68 |
| Imagen N. 3. Ilustraciones de Marca Gráfica del Libro .....                     | 69 |
| Imagen N. 4. Color Cromático del Logo del E-book Fotográfico.....               | 69 |
| Imagen N. 5. Tipografía del Título Logo para Cerro de Hayas.....                | 70 |
| Imagen N. 6. Tipografía del Subtítulo Logo para 7 Cascadas.....                 | 70 |
| Imagen N. 7. Código Cromático para Marca Gráfica del Logo del E-book.....       | 71 |
| Imagen N. 8. Medidas de Tracking del Kerning e Interlineado .....               | 72 |
| IMAGEN N. 9. Márgenes y Columnas del E-book Fotográfico .....                   | 72 |
| Imagen N. 10. Medidas del Libro en Centímetros.....                             | 73 |
| Imagen N. 11. Boceto de páginas internas opción 3.....                          | 76 |
| Imagen N. 12. Boceto Maquetación del -Ebook Fotográfico .....                   | 78 |
| Imagen N. 13 .Boceto Maquetación del -Ebook Fotográfico .....                   | 78 |
| Imagen N. 14. Boceto Maquetación del -Ebook Fotográfico.....                    | 79 |
| Imagen N. 15. Boceto Maquetación del -Ebook Fotográfico .....                   | 79 |
| Imagen N. 16 Boceto Maquetación y Reticula del Libro .....                      | 80 |
| Imagen N. 17. Boceto Maquetación Margenes y Columnas .....                      | 80 |
| Imagen N. 18. Tipografía interna para Párrafos del E-book.....                  | 81 |
| Imagen N. 19. Tipografía para la Portada y Títulos internos .....               | 82 |
| Imagen N. 20. Tipografía para Subtítulos de la Portada y Subtítulos Internos .. | 82 |
| Imagen N. 21. Línea Gráfica del E-book color Azul Clasico.....                  | 83 |
| Imagen N. 22. Línea Gráfica de libro Colorimetria.....                          | 84 |
| Imagen N. 23. Línea Gráfica de Libro Colorimetria .....                         | 84 |
| Imagen N. 24. Línea Gráfica de Libro Colorimetria .....                         | 85 |
| Imagen N. 25. Línea Gráfica de Libro Colorimetria .....                         | 85 |
| Imagen N. 26. Primera Portada.....  | 87 |
| Imagen N. 27. Segunda Portada.....  | 88 |
| Imagen N. 28. Tercera Portada .....   | 89 |
| Imagen N. 29. Opciones de Contraportadas .....                                  | 90 |
| Imagen. N. 30. Portada Responsive.....  | 91 |
| Imagen N. 31. Responsive Mockup del E-book para Dispositivos Móviles .....      | 93 |
| Imagen N. 32. Responsive Mockup para Dispositivos Electrónicos.....             | 94 |

## INDICE GRAFICOS

|                                  |    |
|----------------------------------|----|
| Gráfico N. 1. pregunta # 1 ..... | 50 |
| Gráfico N. 2. pregunta # 2 ..... | 51 |
| Gráfico N. 3. Pregunta # 3 ..... | 51 |
| Gráfico N. 4. Pregunta # 4 ..... | 52 |
| Gráfico N 5. Pregunta # 5 .....  | 53 |
| Gráfico N. 6. Pregunta # 6 ..... | 54 |
| Gráfico N. 7. Pregunta # 7 ..... | 55 |
| Gráfico N. 8. Pregunta # 8 ..... | 56 |

## INDICE DE ANEXO

|  |     |
|--|-----|
| Anexo N. 1 Entrevista Dirigida al presidente/a de la Asociación Agrotucas... | 122 |
| Anexo N. 2. Diseños de Encuesta para los Turistas .....                      | 127 |
| Anexo N. 3. Diseño de Encuesta para los Socios .....                         | 132 |
| Anexo N. 4. Diseño de Encuesta para los Habitantes.....                      | 137 |
| Anexo N. 5. Color Negro para Logo de E-book #1D1D1B .....                    | 142 |
| Anexo N. 6. Color Orange para Logo de E-book # F9B214 .....                  | 142 |
| Anexo N. 7. Medidas de La Portada Del Libro .....                            | 142 |
| Anexo N. 8. Color Dorado Portada de E-book # ffd700 .....                    | 143 |
| Anexo N. 9. color Blanco para tipografía de portada de E-book # ffffff.....  | 143 |
| Anexo N. 10. Retícula, Medianil, para Párrafo y Fotografía.....              | 143 |
| Anexo N. 11. Manejo de Retícula y Márgenes.....                              | 144 |
| Anexo N. 12. Color Dorado colores cromáticos para diseño del libro #1f6700   | 144 |
| Anexo N. 13. Color blanco para diseño del libro #ffffff .....                | 144 |
| Anexo N. 14. Color Negro para Tipografía Páginas Internas #id1d1b.....       | 145 |
| Anexo N. 15. Color Verde Militar para Separadores Páginas #1f381f .....      | 145 |
| Anexo N. 16. Color Azul Clásico, Tratamiento de Imagen #5aa1d8 .....         | 145 |
| Anexo N. 17. Tratamiento de color en Fotografía en Photoshop .....           | 146 |
| Anexo N. 18. Tratamiento de Color en fotografía en Photoshop .....           | 146 |
| Anexo N. 19. Tratamiento de color en Fotografía en Photoshop .....           | 146 |
| Anexo N. 20. Tratamiento de Color en Fotografía en Photoshop .....           | 147 |
| Anexo N. 21. Tratamiento de Color en Fotografía en Photoshop .....           | 147 |
| Anexo N. 22. Tratamiento de Color en fotografía en Photoshop .....           | 147 |
| Anexo N. 23. Tratamiento de Color en Fotografía en Photoshop .....           | 148 |
| Anexo N. 24. Maquetación y Retícula Portada Tercera Opción .....             | 148 |
| Anexo N. 25. Portada Tercera Opción.....                                     | 148 |
| Anexo N. 26. medidas de las páginas del libro.....                           | 149 |
| Anexo N. 27. Portada Escogida Para El E-book Fotográfico.....                | 149 |
| Anexo N. 28. Contraportada Escogida Para El Libro.....                       | 150 |
| Anexo N. 29. Diseño y Maquetación y Retícula. ....                           | 151 |
| Anexo N. 30. Diseño y Maquetación y Retícula. ....                           | 151 |
| Anexo N. 31. Diseño y Maquetación y Retícula .....                           | 151 |
| Anexo N. 32. Diseño De Maquetación Y Retícula Páginas Internas .....         | 152 |

|  |     |
|--|-----|
| Anexo N. 33. Diseño De Maquetación Y Retícula Páginas Internas ..... | 152 |
| Anexo N. 34. Diseño De Maquetación Y Retícula Páginas Internas ..... | 152 |
| Anexo N. 35. Diseño De Maquetación Y Retícula Páginas Internas ..... | 153 |
| Anexo N. 36. Diseño De Maquetación Y Retícula Páginas Internas ..... | 153 |
| Anexo N. 37. Diseño De Maquetación Y Retícula Páginas Internas ..... | 153 |
| Anexo N. 38. Diseño De Maquetación Y Retícula Páginas Internas ..... | 154 |
| Anexo N. 39. Diseño y Maquetación y Retícula .....                   | 154 |
| Anexo N. 40. Diseño y Maquetación y Retícula .....                   | 154 |
| Anexo N. 41. Diseño Páginas Internas Del E-Book Terminadas .....     | 155 |
| Anexo N. 42. Diseño Páginas Internas Del E-Book Terminadas .....     | 155 |
| Anexo N. 43. Diseño Páginas Internas Del E-Book Terminadas .....     | 155 |
| Anexo N. 44. Diseño Páginas Internas Del E-Book Terminadas .....     | 156 |
| Anexo N. 45. Diseño Páginas Internas Del E-Book Terminadas .....     | 156 |
| Anexo N. 46. Diseño Páginas Internas Del E-Book Terminadas .....     | 156 |
| Anexo N. 47. Diseño Páginas Internas Del E-Book Terminadas .....     | 157 |
| Anexo N. 48. Diseño Páginas Internas Del E-Book Terminadas .....     | 157 |
| Anexo N. 49. Diseño Páginas Internas Del E-Book Terminadas .....     | 157 |
| Anexo N. 50. Diseño Páginas Internas Del E-Book Terminadas .....     | 158 |
| Anexo N. 51. Diseño Páginas Internas Del E-Book Terminadas .....     | 158 |
| Anexo N. 52. Diseño Páginas Internas Del E-Book Terminadas .....     | 158 |
| Anexo N. 53. Diseño y Maquetación y Retícula .....                   | 159 |
| Anexo N. 54. Páginas Del Libro Terminado .....                       | 159 |
| Anexo N. 55. Páginas Del Libro Terminado .....                       | 159 |
| Anexo N. 56. Diseño y Maquetación y Retícula .....                   | 160 |
| Anexo N. 57. Páginas Del Libro Terminado .....                       | 160 |
| Anexo N. 58. Páginas Del Libro Terminado .....                       | 161 |
| Anexo N. 59. Páginas Del Libro Terminado .....                       | 161 |
| Anexo N. 60. Páginas Del Libro Terminado .....                       | 161 |
| Anexo N. 61. Páginas Del Libro Terminado .....                       | 162 |
| Anexo N. 62. Páginas Del Libro Terminado .....                       | 162 |
| Anexo N. 63. Páginas Del Libro Terminado .....                       | 162 |
| Anexo N. 64. Páginas Del Libro Terminado .....                       | 163 |
| Anexo N. 65. Páginas Del Libro Terminado .....                       | 163 |
| Anexo N. 66. Páginas Del Libro Terminado .....                       | 163 |

|   |     |
|---|-----|
| Anexo N. 67 Páginas Del Libro Terminado .....           | 164 |
| Anexo N. 68 Diseño Mockup del E-Book Fotográfico .....  | 165 |
| Anexo N. 69 Diseño Mockup del E-Book Fotográfico .....  | 165 |
| Anexo N. 70. Diseño Mockup del E-Book Fotográfico ..... | 165 |
| Anexo N. 71. Diseño Mockup del E-Book Fotográfico ..... | 166 |
| Anexo N. 72. Diseño Mockup del E-Book Fotográfico ..... | 166 |
| Anexo N. 73. Diseño Mockup del E-Book Fotográfico ..... | 166 |
| Anexo N. 74. Fotografías Encuestas.....                 | 167 |
| Anexo N. 75. Fotografías Encuestas.....                 | 168 |

## **RESUMEN**

El mundo de la editorial ha evolucionado con pasos gigantes a raíz de las muchas aplicaciones que se pueden encontrar en estos días, una de ellas es el programa de InDesign, como instrumento de diseño y elaboración de editoriales, uno de los aliados más importante que tiene esta aplicación es el programa de Photoshop, el cual es esencial para el tratamiento y procesamiento de imágenes fotográficas, es por esto que se propone para abordar el tema del turismo, la creación de un e-book fotográfico, el cual estará diseñado para poder dar a conocer todas las bondades que posee el lugar a investigar, como es el Cerro de Hayas, esta propuesta busca resaltar las cascadas naturales que se encuentran acentuadas en esta zona, esta investigación está fortalecida con las teorías de diferentes investigadores, los cuales han sido de una gran ayuda, para el desarrollo de esta propuesta, por medio de métodos teóricos, empíricos y estadísticos como la observación, entrevistas y encuesta, mediante una investigación descriptiva y explicativa, se busca la mejor manera de dar a conocer todo con el mayor detalle posible por medio de fuentes confiables y veraces, se hace esta propuesta como medio de promoción y difusión turística, proyectado con fotografías que resalten el turismo del Ecuador. Este proyecto se apoya en la investigación explicativa pues esta permite descifrar de una manera más detallada los pros y los contras de dicho lugar turístico, esto permite la creación de este libro para conocer un poco más de lo que tiene que ver el turismo a nivel nacional e internacional por medio de la fotografía como una alternativa de promoción.

## **ABSTRACT**

The world of publishing has evolved with giant steps as a result of the many applications that can be found these days, one of them is the InDesign program, as a tool for design and development of editorials, one of the most important allies that has this application is the Photoshop program, which is essential for the treatment and processing of photographic images, which is why it is proposed to address the issue of tourism, the creation of a photographic e-book, which will be designed to publicize all the benefits that has the place to investigate, as is the Cerro de Hayas, This proposal seeks to highlight the natural waterfalls that are accentuated in this area, this research is strengthened with the theories of different researchers, which have been of great help for the development of this proposal, through theoretical, empirical and statistical methods such as observation, interviews and survey, through a descriptive and explanatory research, we seek the best way to publicize everything with the greatest possible detail through reliable and truthful sources, this proposal is made as a means of promotion and dissemination of tourism, projected with photographs that highlight the tourism of Ecuador. This project is supported by the explanatory research as this allows to decipher in a more detailed way the pros and cons of this tourist place, this allows the creation of this book to know a little more of what has to do with tourism at national and international level through photography as a promotional alternative.

## INTRODUCCIÓN

La riqueza natural y cultural del Ecuador; se encuentra entre los 17 países con más biodiversidad del mundo, en vista de este potencial se busca fomentar el turismo como una de las propuestas económicas más interesantes, para el desarrollo sostenible del país y a nivel mundial (WWF, s.f., párr. 1), sin embargo, pese a las características únicas de turismo que posee el país, se puede decir que es uno de los ámbitos menos desarrollados por empresas, entidades e instituciones públicas y privadas por la falta de recursos de inversión.

El Cantón Naranjal, cuenta con cuatro parroquias rurales llamadas Jesús María, Santa Rosa de Flandes, San Carlos y Taura, y es donde se encuentra ubicado el bosque protector Cerro de Hayas el cual cuenta con una gran riqueza ecológica de recursos naturales de flora y fauna, con una fuerte viabilidad turística y de producción agrícola - ganadera extensa, los cuales son de mucha importancia para el cantón y de la provincia del Guayas, así como de todo el país.

(Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, 2014). “Entre las actividades económicas desarrolladas en el cantón Naranjal, se encuentra la agricultura y la ganadería como principal fuente de ingresos, el turismo agro-comunitario y la gastronomía son principales fuentes atractivas para el turismo principales del cantón, aquí se desarrolla el 56,23 % de las actividades totales. Mientras que el servicio turístico representa el 37,88 % de las actividades comerciales. y el 5,89 % son de Manufactura``.

(Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca,2014). Como actividades agro-turísticas-comunitarias se perfilan como representativas las peleas de gallos, rodeo montubio, bailes y fiestas típicas de la zona.

La mayoría de la población urbana y rural del cantón Naranjal es religioso y esto lo expresan a través de sus fiestas religiosas, el folklore, manifestaciones artísticas, entre ellas la danza, el amorfino, juegos tradicionales, etc. Como cualquier cantón del país tradicionalmente se celebra la fiesta de la independencia, las fiestas patronales, se realizan desfiles, comparsas, ferias agrícolas, artesanales, gastronómicas, para la distracción y trascendencia de la cultura de Naranjal. Se desarrollan misas, procesiones, romerías en honor a San José de Naranjal, patrono de los Naranjaleños, el cual su fiesta se celebra cada 29 de marzo, una de las fiestas religiosas más importantes es la de la Virgen del Cisne que se celebra cada 5 y 12 de septiembre, es una fiesta que atrae a muchos fieles de

diferentes partes del país, otras fiestas conocidas, son las de La Virgen del Carmen, la Virgen de la Nube, San Miguel Arcángel, el Pase del Niño y Jesús del Gran Poder en la época de navidad. El 61% de los habitantes viven en las campiñas del sector.

La cultura naranjaleña se viene expresando por medio de las artes plásticas, exposiciones de diferentes periódicos, creaciones de revistas informativas y murales en donde se expresan ilustraciones que resaltan las características de Naranjal. La parada militar va precedida por el ejército, la sesión solemne está dirigida por el alcalde del municipio que da el informe de labores realizadas, la situación actual del cantón y el plan de trabajo para el próximo año, destacan el desempeño de los empleados tanto de las instituciones públicas como privadas.

En el Cerro de Hayas, así como en otros sitios de Naranjal la flora es muy diversa, entre ellas encontramos especies de toda clase como las orquídeas, bromelias, heliconias, helechos, los platanillos, el bijao, palmas, el mangle, los líquenes, musgos, hongos y piñas nativas, diversidad de plantas medicinales y otras que sirven como fungicidas.

El comercio gastronómico es fuerte, uno de los más importantes rubros es el cangrejo, que se encuentra en los humedales, escondidos entre los manglares, el cual es un factor natural muy necesario para la supervivencia de los habitantes que comercializan cangrejo, conchas, ostiones, mejillones, jaibas, etc.

El Cerro de Hayas, se caracteriza por estar en una altura de 25 msnm, el cual lo convierte en un Bosque húmedo tropical, con precipitaciones que alcanzan los 1.600 mm de agua, durante la temporada lluviosa invernal, mientras que en verano presenta rocío, garúas y pequeñas lloviznas.

Esta oportunidad nos plantea la iniciativa de crear un E-Book Fotográfico sobre la flora, fauna, gastronomía y las cascadas de la comunidad Siete Cascadas -Cerro de Hayas del cantón Naranjal, por medio de fotografías de alta calidad, que refleje la realidad natural, con la finalidad de promocionar, difundir el desarrollo turístico comunitario a nivel nacional e internacional y contribuir a fomentar el turismo interno del Ecuador, esto fundamenta que, por medio de las fotografías de esta localidad, atraerá a los turistas nacionales e internacionales, para que conozcan un lugar diferente, digno de ser valorado a nivel turístico, poniéndose a la altura de los grandes parques ecológicos que hay en el país.

Este proyecto tiene el propósito de expresar la realidad de la identidad propia de la comunidad y almacenar la memoria histórica, cultural y de riqueza natural, por medio de fotografías que contengan la belleza escénica de más de 600 hectáreas de naturaleza pura, mostrando de forma creativa los mejores atractivos turísticos que posee, por medios electrónicos digitales, resaltando cada lugar con imágenes de calidad, ofreciendo breves descripciones de los paisajes de este sector rural, que ofrece una gran variedad de actividades agro-turísticas ecológica, provenientes de sus propios recursos naturales, que tiene como limitante, no contar con imágenes fotográficas atractivas, para exponer al mundo, haciendo a este sitio un lugar que pueda convertirse en una fuente de visita, ingreso y desarrollo de turismo agro-ecológico de nivel internacional, generadora de divisas proveniente del turismo Ecuatoriano.

El problema que se encuentra en el sector es que a pesar de tener riqueza natural de flora, fauna y diversidad productiva, esta comunidad no cuenta con un proceso organizativo, principalmente de los pequeños productores y comuneros del sector, además de la competencia turística y agrícola entre los diferentes personeros económicos del cantón, haciendo poco probable el desarrollo de la vida de los pequeños agricultores, por lo que se optó por formar una cooperativa para poder asociarse y así, buscar apoyo económico de las distintas ONG, lo cual dio buenos resultados, al presentar el proyecto comunitario de turismo, fue la manera más efectiva de conseguir auspiciantes para proyectos de esta índole y obtener beneficios propios, considerando el medio ambiente y sus recursos naturales de una manera sostenible y sustentable.

Al ser un bosque protegido, es poco conocido para la mayoría de ecuatorianos, por lo que ha sido muy limitada su difusión turística a nivel nacional e internacional, siendo desaprovechado el uso de recursos que refuercen su valor turístico, teniendo como factor determinante la identificación del problema, “la falta de una mayor divulgación de sus recursos de turismo”, para que alcance un mayor impacto de desarrollo y genere ingresos por medio de operadores turísticos nacionales e internacionales.

Mediante el uso de recursos fotográficos de exposición y de divulgación, impulsaremos la notoriedad del sector, aprovechando la gran extensión natural de flora, fauna y ecosistema existente, el Cerro de Hayas al ser un bosque húmedo de altura media se encuentra sobre los 25 msnm, las precipitaciones lluviosas se dan la mayoría del año, donde hay mucha humedad, causa que estas situaciones climáticas generan complicaciones a la hora de manejar el equipo haciendo más compleja y ardua las tomas

de las fotografías de paisaje, lo que hace es que se transforme en un acontecimiento de aventura para la investigación del E-book.

(Arias F. , 2012) "La investigación es un proceso metódico y sistemático dirigido a la solución de problemas o preguntas, mediante la producción de nuevos conocimientos, los cuales constituyen la solución o respuesta a tales interrogantes".

Es necesario responder o establecer, el o los problemas identificados, uno de ellos el poco apoyo por parte del sector estratégico nacional y organismos privados en el desarrollo de turismo comunitario, existen otros factores o problemas que se han identificado como son: el mejoramiento de su camino de acceso, señaléticas, semaforización, transportes y otros, que aseguren la entrada a este recinto ecológico, puesto que la arteria principal es de primer orden y es una vía rápida, hace que sea peligroso por no existir semaforización para salir y entrar al recinto 23 de noviembre, en donde se ubica el bosque, se utiliza un camino que es empedrado de segundo orden, esto hace que la entrada y salida de vehículos sea dificultoso.

A través de este trabajo se busca contribuir a la notoriedad de los paisajes de la zona, mediante recursos fotográficos y diseño editorial, desarrollando una estrategia, como es la creación y desarrollo de un "e-book fotográfico", y por este medio atraer a los turistas nacionales e internacionales, para que conozcan un lugar diferente, fomentar el turismo interno del Ecuador y abrirse paso a un desarrollo poblacional enfocado a tener reconocimiento turístico local y de visitantes extranjeros.

Basados en todos estos precedentes, se ha formulado la hipótesis de que a través del desarrollo y la calidad de un e-book fotográfico, que contenga las mejores escenas en los diferentes paisajes de flora, fauna, tipos de entretenimiento como son: la gastronomía, cascadas, deportes extremos, tracking o senderismo, escalada, rappel, aportará y motivará, que esta área natural sea atractiva, acrecentando la visitas de turistas nacionales e internacionales y de esta manera contribuya al desarrollo socio-económico turístico de este sector y la generación de ingresos en nuestro país. Según (Fargrieve, 1951), justificaba el uso de la fotografía como medio para habituar a los futuros ciudadanos a imaginar adecuadamente las condiciones del gran escenario del mundo" (Lúquez, López, Blanchard, & Sánchez, 2006).

El e-book se lo realizó para dar a conocer a esta comunidad y la naturaleza que lo rodea, ya que es una manera de enfocar un espacio directo por medio fotográfico

al público nacional y extranjero, para que lo visiten y de esta manera aumentar la notoriedad del sector, mejorar el rendimiento turístico y contribuir al desarrollo visual del sector que permita comprender la realidad del objeto en estudio, promoviendo las vivencias de sus habitantes, entregando a la comunidad un producto elaborado como medio de difusión digital y oferta fotográfica, exaltando las condiciones y potencialidades de sus paisajes naturales de flora, fauna, gastronomía, cultura, turismo ecológico, y de esta manera contribuir, desarrollar e impactar en la imagen turística de la comunidad Cerro de Hayas.

Con la necesidad de destacar aquellos puntos de interés turísticos del recinto con particularidades ecológicas que impresionen a visitantes y destaquen las maravillas del sector, planeamos una visualización estratégica para la captura fotográfica a la cual adjuntamos datos relevantes tanto de ubicación, distancia, datos ofrecidos por los habitantes locales y del ecosistema.

El proyecto se realiza para beneficiar a la comunidad por medio del turismo comunitario, haciendo que el sector rural de esta zona, considerándose ancestral, tiene una gran fortaleza de estar localizado en un lugar privilegiado, con grandes potenciales de recursos naturales, que marca la belleza de un paisaje rico en flora y fauna silvestre, donde el alcance de este proyecto tendrá un enfoque de desarrollo e impacto social, el mismo que ayudará a los habitantes de la comunidad a mejorar las condiciones de vida de sus familias y habitantes de la comunidad 23 de Noviembre, Siete Cascadas( Cerro de Hayas), además de que son los mismos comuneros que han buscado que este sea un proyecto social agro-turístico -comunitario beneficiando a muchas familias montubias de la zona.

Este proyecto será útil, ya que al estar en la era de la comunicación electrónica digital del siglo XXI, las personas están más actualizadas, comunicadas y conectadas en diversas redes sociales tales como el Facebook, Instagram, Twitter siendo estas las más conocidas, lo cual podemos aprovechar para fomentar y promover el turismo comunitario a nivel nacional e internacional, por medio de un e-book fotográfico y así dar a conocer por medio de fotografías los lugares que más resaltan del Bosque Cerro de Hayas .

El proyecto turístico que se desarrolló en el sitio se llama ASGROTUCAS y este encierra algunas cooperativas entre ellas la comunidad 23 de Noviembre las cuales están enlazadas entre sí, para fomentar el agroturismo del Cerro de Hayas (7 cascadas), esta

tiene algunos años de vida jurídica en la cual se ha ido fomentando el ecoturismo y a la vez educando a los habitantes del sector para que aprendan a tratar y dar un buen servicio a los visitantes por medio de la diversa gastronomía, paseos, caminatas y cabalgatas conociendo la flora y fauna del sector además de las bellas cascadas que se encuentran a lo largo de la travesía del sector lo cual es un atractivo explotable.

El formato que será aplicado en este libro, será digital desde un primer momento lo cual nos da la oportunidad de llegar a una mayor cantidad de personas, esto suma beneficios ya que es mucho más fácil y conveniente para las personas tener un formato digital en esta era en la que la mayoría se encuentran conectados a la red, por medio de dispositivos electrónicos, a esto se suma una gran ventaja si contamos con la gran variedad de aplicaciones digitales que nos facilitan ser compatibles con el producto para su correcta lectura y en algunos casos poder obtener información más precisa por medio de códigos QR que dirigen al usuario a otros recursos digitales por los cuales se pueda tener información de medios para acceder a la visita del lugar.

Según (Frascara, 1996) se refirió al Diseño Gráfico como “visto como actividad, es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales producidas por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados”.

De manera que el libro será diseñado en formato digital como se requiere en este caso, y que no está exento contar con todos los elementos del Diseño Gráfico por lo que cuenta con la capacidad de transmitir a los usuarios el mensaje que su autor se planteó desde el principio.

La importancia del libro recae en la información que contiene, las oportunidades que representa para la comunidad local, las alternativas para los visitantes y los beneficios que representan para la economía de dicho sector. También nos da la oportunidad de brindar popularidad al sector.

Este sector es un lugar privilegiado para el turismo puesto que se encuentra en una zona céntrica al cual se puede acceder desde cualquier parte del país ya que Naranjal colinda con la mayoría de las ciudades, se encuentra a una hora y media de Guayaquil a dos horas de Cuenca entre otras localidades.

Con un proceso de investigación y de estudio sobre el turismo a nivel de Diseño Gráfico y el diseño Editorial, este no se ha explotado en relación al turismo del Cerro de

Hayas, no cuenta con un libro electrónico y que al ser realizado esta expresado por medio de fotografías, que estará estructurado y maquetado marcando cada sección con diversos temas tales como la fauna, la flora, las cascadas y la gastronomía muy apetecida por los turistas, con el cual marcar un precedente a nivel de este sector, ya que no tiene un banco de imágenes que se pueda promocionar de manera profesional y ser una fuente más de ingreso para la comuna.

En este proyecto de tesis se espera posicionar la identidad propia del sector, dando a conocer todos los recursos turísticos que existen en el bosque Cerro de Hayas-7 cascadas mediante un e-book fotográfico, el cual tendrá un banco de imágenes presentadas como producto final por medios electrónicos, se espera que con este proyecto que la comunidad tenga una fuente promocional y a la vez social lo que generará más ingresos económicos y beneficiando al turismo en general.

Diseñar y Elaborar un E-book Fotográfico sobre la flora, fauna, y gastronomía de las Siete Cascadas -Cerro de Hayas del cantón Naranjal de la provincia del Guayas, por medio de fotografías, con la finalidad de promocionar y difundir el turismo comunitario a nivel nacional e internacional.

El turismo como una fuerte fuente de ingreso actual en el Ecuador, este busca generar sistemas de inversión nacional y extranjera para lo cual es necesario invertir y promocionar proyectos turísticos atractivos, dado que es de mucha importancia económica, como un recurso turístico sustentable se requiere elaborar planes estratégicos de desarrollo turístico y así mostrar la bella naturaleza que se tiene en el país de esta manera exportarlo como sitio de descanso turístico y de aventura, la cual hace que sea de mayor atractivo, ya que es conocido que los turistas busquen lugares exóticos y paisajes naturales, donde puedan disfrutar de un cambio de ambiente, renovarse física y mentalmente por medio de diferentes actividades recreativas es así que se busca que se puedan conocer y visitar y realizar turismo en este caso el sector del Bosque protector Cerro de hayas- 7 cascadas.

## **CAPITULO I. FUNDAMENTACIÓN**

### **1.1. MARCO HISTÓRICO**

#### **1.1.1. Historia de Diseño Gráfico**

Desde la antigüedad el diseño gráfico se vio reflejado en los antiguos habitantes de la era de las cavernas en el cual ellos ya transmitían sus pensamientos por medio de gráficos, pintados a mano pues no existía la letra y mucho menos el papel, lo cual conlleva a la curiosidad de inventar o crear materiales para poder utilizarlos como medio de comunicación es aquí que los primeros dibujos fueron encontrados en las cuevas de Altamira, hechos como pinturas rupestres base de pintura ocre, es decir hecha de tierra color café en la cual utilizaban los dedos como pincel podemos mencionar que estas primeras imágenes eran sencillas fáciles de entender pues utilizaban al hombre en sí y a los animales que los rodeaban y les servían de alimento y de abrigo Cabe recalcar que estas pinturas rupestres tardaron muchos años en ser descubiertas.

De aquí pasamos a 1452 a la edad media se podría decir a la era de la imprenta la cual estaba en pleno apogeo con el descubrimiento de la misma, el mayor precursor de este descubrimiento era Johannes Gutenberg que por medio de las tipos móviles colocadas como planchas impregnadas de tintas servían como base para lograr la ansiada escritura que era pasada al papel y de ahí colocadas en formatos de libros esto hizo que la escritura a mano tomara un respiro puesto que por medio de la imprenta se podía hacer muchos más volúmenes de libros los cuales en ese tiempo eran solo distribuidos para los nobles y gente rica aun los pobres estaban exentos del mismo.

James Craig y Bruce Barton nos dicen que "La historia del Diseño Gráfico es una infinita fascinación: la magia de las primeras imágenes; la belleza de los jeroglíficos egipcios; la evolución del alfabeto fonético; la genial invención de Gutenberg; la acelerada mecanización de la composición gráfica y la explosión de la imaginación en el siglo veinte empezó en los tiempos prehistóricos practicado durante siglos por artesanos, escribanos, impresores, artistas comerciales e incluso pintores" (Craig & Barton, 1987).

(Spencer, 1995) asegura que las raíces de la tipografía y del diseño gráfico modernos se entrecruzan con las de la pintura, la poesía y la arquitectura del siglo XX: "El nuevo vocabulario de la tipografía y del diseño gráfico se fraguó en menos de veinte años". (Pag.11)

(Armentia, 1993) Armentia nos dice que entre el diseño y la era industrial: "La idea de un producto concretada teóricamente después de estudios previos de necesidades de mercado y de sistemas y costes de producción, a fin de valorar la funcionalidad y rentabilidad, exige una proyección gráfica que posibilite su materialización. Sería aquí donde entraría en juego el diseño. Se trataría de crear formas conjugando estética y funcionalismo, y seleccionar entre ellas la más adecuada al fin propuesto." (Pag.25).

En su libro "Introducción al Diseño Gráfico", (Bridgewater, 1992) menciona "la influencia de Toulouse-Lautrec, al utilizar la litografía a gran escala, en el desarrollo del diseño gráfico de los carteles: "Henri de Toulouse Lautrec (1864-1901) influyó notablemente en la elaboración del cartel moderno (poster). Entendía que los carteles eran un medio de comunicación con otras personas, que se dirigía a cierta audiencia. También descubrió cómo trasladar su trabajo a la imprenta, aprovechando la litografía. Una de las tradiciones más clásica de la tipografía centrada, intercalando varias formas de letras, fue el inicio de los orígenes en los letreros y en la caligrafía, pero hubo muchos que innovaron buscando una forma más fácil de comunicación que sea más efectiva y original".

La primera escuela de diseñadores fue creada en 1919 conocida como Bauhaus. Desde que inició en Alemania como escuela fue famosa, por intentar darle un nuevo nivel a la profesión del diseño, estableciendo como profesión universitaria. Al poner esta profesión al servicio de la industria, incorporó disciplinas que iban desde la plástica hasta la psicología, con esto se le brinda al diseño un carácter mucho más formal, en el cual la mente humana transforma y desarrolla un entendimiento mientras la imagen plasmada en un arte es lo que comunica, sea pintura, un cartel después trasladada de forma digital por medio de un computador, que se convirtió en una de las piezas más importantes del diseñador gráfico en la actualidad que es la verdadera herramienta de trabajo no descuidando el diseño o arte clásico.

El pintor Henri Toulouse-Lautrec, está considerado como el padre del Diseño Gráfico pues demostró su capacidad de diseñar, al realizar su primer trabajo publicitario de reproducción múltiple, cuando le fue encargado de realizar el cartel "La goulue" para el Moulin Rouge en el año 1891. (Bauhaus, 2010)

### **1.1.7. Historia del Turismo**

Uno de los hechos que impulsó el movimiento masivo de personas, fue las Olimpiadas de la antigua Grecia. Este suceso también instigó las visitas a lugares de

interés en la región como el Partenón, y aparecen las primeras posadas, aunque desprovistas del confort de estos tiempos (Holm & H, 1.981a).

Miles de personas se trasladaban en caravanas para llegar a ver los juegos olímpicos. Esto hizo que se tenga que ingeniar maneras para poder trasladarse de un lugar a otro, promoviendo el turismo por medio de diferentes sistemas de promoción turística, eh aquí donde entra el Diseño Gráfico por así decirlo, aunque en ese momento no se tenía conocimiento de tal concepto, esto se consideró como una actividad comercial, la cual fue aprovechada por el que se podría decir que fue el primer agente turístico llamado Thomas Cook, por lo que se considera como el padre del turismo “el nacimiento del turismo por parte de Thomas Cook, quien fue el organizador del primer viaje turístico de la historia, en 1841 fundando, una década más tarde la primera agencia de viajes Thomas Cook and Son” (Neón, 2009).

Más tarde los romanos comenzarían a viajar por todo el imperio debido a una situación de paz relativa, y buenas comunicaciones. A partir de ahí, incluirían guías hacia las termas, templos, espectáculos de circo y teatro, así como los viajes a tierra Santa, un antecedente del turismo religioso. Con este auge las familias adineradas iniciaron la construcción de segundas residencias en otras ciudades para pasar períodos cortos de tiempo. (Castro R. , 2000)

(Hall & Page, 1997) “La planificación turística debe ser un proceso basado en estudios, investigaciones y análisis, que busque optimizar la contribución del turismo al bienestar social y a la conservación ambiental” (p.309).

El turismo es una máquina de producción fotográfica. Es un sistema dinámico de producción, distribución y consumo de imágenes, imaginarios y sueños (Simonicca, 2002); (Crouch & Lübbren, 2003); (Salazar, 2010)

“De este modo Cristóbal Colón descubre América, (1492) hace cuatro viajes al Nuevo Mundo (...) Los viajes de Colón originan otras travesías que permiten nuevos descubrimientos, como son el Océano Pacífico, y el Estrecho de Magallanes. Los avances tecnológicos de la II Guerra Mundial se aplican a la aviación civil, que rápidamente tiene gran expansión y desplaza a otros medios de transporte como el tren y el barco” (Castro R. , 2000).

El turismo tiene que ser estudiado, analizado e investigado tal cual como un eje comercial esté de la mano de la publicidad, el marketing y el Diseño Gráfico como tal,

haciendo que el turismo tome un relieve muy importante a través de sus riquezas demográficas de cada país, lo cual fue tomando importancia internacional.

### **1.1.2. Historia del Diseño Gráfico Mundial**

Desde la prehistoria se ha visto reflejado que el hombre ha estado buscando maneras para poder comunicarse en el principio por medio del dibujo como se encuentran en las cuevas de Alejandría el arte rupestre fue el primero en conocerse en donde se presentaba animales en las paredes pintados con los dedos y usando pintura ocre.

Después aparecieron los egipcios cultivando una nueva escritura, pero sin salirse del contexto animalístico es decir usaban imágenes de animales o de personas con cabeza de animales para comunicarse a este se le llamó jeroglífico.

Los chinos aportaron con su idioma, pero al modo de signos en los cuales representaban lo que eran el agua, el hombre, la tierra, la naturaleza y a los humanos a este se los denominó caracteres chinos de ese idioma unieron los caracteres japoneses y los coreanos.

A finales del siglo XIX el diseño mundial comenzó con un gran apogeo pues era muy solicitado el art Nouveau fue uno de los más conocidos era un arte decorativo el cual llamaba mucho la atención que se lo vio reflejado en arquitectura, diseño de interiores, diseño gráfico etc. se lo utilizaba mucho en Francia y Bélgica uno de los diseñadores más conocidos fue Toulouse Lautrec pintor y cartelista francés.

Por otro lado, en Estados Unidos se encuentra William H Bradley quien era un ilustrador y que era muy reconocido en muchos lugares el comenzó a trabajar de forma empírica desde los 14 años en donde fue reconocido con su primer premio por un cartel creado por él.

Aparece el movimiento art and Kraft que tenía un estilo victoriano y era de estilo industrial este fue movimiento fue muy conocido en estados unidos e Inglaterra uno de los precursores de este estilo fue William Morris un erudito de las artes gráficas pues realizaba algunas técnicas.

En la primera guerra mundial el diseño gráfico estuvo en su más alto reconocimiento, después aparece la vanguardia que era como un acto de rebeldía en donde se veían carteles, llamando a la conciencia de la gente y molestando a los gobiernos.

El futurismo era lo contrario, este movimiento rechazaba lo que era simétrico la belleza, era más dado a lo raro que a lo feo lo que no tenía explicación o era extraño.

El impresionismo es el punto de partida del arte contemporáneo en donde se ve reflejada la imaginación del diseñador exagerando el contenido de su arte por ejemplo los relojes derretidos de Salvador Dalí.

### **1.1.3. Historia del Diseño Gráfico Ecuador**

Desde el nacimiento de las culturas prehispánicas antes de la colonización española se dice que se “han encontrado indicios de materiales que datan desde hace 10.000 años, Las culturas precolombinas de la costa ecuatoriana datan desde hace 10.000 A. C. y se encuentran clasificadas por períodos, destacándose en el Formativo las culturas Valdivia y Machalilla, según en la publicación Historia del Ecuador vol.1”. (Meggers B. , 1981) (p.124). Se tienen indicios, materiales encontrados por los arqueólogos regados en la mayoría de las provincias del Ecuador puesto que al principio estas tribus eran nómadas, andaban de un lugar a otro se dedicaban a la casería solo hasta que se dieron cuenta que podían domesticar animales y encontraron tierra fértiles en las cuales podían sembrar al ver que las semillas que comían germinaban asentaron también buscaron la manera de crear utensilios los cuales le sirvieran para el uso doméstico de ahí sale la creación de las cerámicas en desde vasijas de barro y tótems que representan la característica de cada una de las culturas entre las más conocidas se encuentran la cultura inga que datan desde hace 12000 a.c. la cultura chobshi que datan de hace 9000 años estas se encontraban en la región sierra, la cultura las vegas que datan desde hace 8000 a.c.

A la cultura de más renombre y a la más que se le conoce como creadores de artesanías, (Porras P. , 1980) (p. 66) manifiesta en su publicación "Arqueología del Ecuador" la existencia de la cultura Valdivia en toda la costa ecuatoriana por encontrarse en todo un poblado con una plaza y en el centro una estructura ceremonial “pirámide”, la Cultura Valdivia esta data desde hace 4.000 a 3.500 a.c. que fue la primera en aparecer esta comunidad era especialista en cerámica tuvo un largo periodo de existencia esta se asentaba entre la provincia de Santa Elena, a las orillas del río guayas y parte de Manabí ahora se la encuentra en la parroquia Chanduy.

Después se encuentra la cultura Machalilla que data de 1600 a.c al desaparecer la Valdivia se dio paso a esta cultura seguían con las mismas orfebrerías, pero fueron

renovando sus técnicas por las cuales son reconocidas al utilizar el cuerpo humano como imagen para hacer sus creaciones de cerámica.

De aquí aparece la cultura chorrera que es una de las más jóvenes datan de solo 1000 ac asentada entre la provincia de santa elena y las orillas del Guayas esta cultura era especialmente conocida por su arte en la cerámica y en la arcilla en la cual ellos creaban dibujos en sus vasijas que al estar húmedas afloraron grabados iridiscentes los cuales al cocinarse se quedaban impregnados en la cerámica, estas son las más representativas en lo que es la edad y lo que es cerámica y pintura.

En el siglo 500 D.C. encontramos la cultura Milagro-Quevedo la cual existió hasta la llegada de los españoles, fueron artesanos que se dedicaron a la creación de la arcilla, pero también elaboraban joyería con el material de oro y la plata, la cual abundaba en la zona en la que estaban asentados, de esto se han encontrado muchas esculturas, diversidad joyerías y variedades de reliquias esparcidas por todo el territorio, “sus trabajos en cerámicas son variados con representaciones características de la costa ecuatoriana. Ocuparon los territorios actuales de las provincias del Guayas, Los Ríos y El Oro.” (Holm & H, 1.981a)

Al ser una cultura joven y próspera que tenía la facilidad de comunicarse por medio de las diferentes regiones del país “Por su ubicación geográfica estratégica, esta cultura debió tener importantes intercambios culturales y comerciales con las culturas andinas y litorales (Holm & H, 1.981a) (Holm O. C., 1.981b)

De aquí pasamos a la época de la colonia en donde encontramos el primer periódico realizado llamado Primicias del Ecuador creado por Eugenio Espejo, el cual con la orientación o influencia de la corriente europea comienza una especie de rebeldía al lanzar un periódico del cual estaba en contra del yugo español en nuestro país fue una época en la cual todo escrito era tomado como acto de rebeldía.

#### **1.1.4. Historia del cerro de Hayas**

El cerro de hayas conocido por sus 7 cascadas y dos más que tiene en total serian 9 es un bosque protegido en el cual habitan diversas especies de flora y fauna, el cerro de haya se lo conoce también como el lamento del inca pues se cree que hubieron asentamientos aborígenes en los cuales se han encontrados muchas piedras talladas con formas de animales como las tortugas los cocodrilos y hasta el rostro de humanos eran

creyentes en los espíritus de los cuales se decían que albergaban sus almas en los cementerios por los que les hacían monumentos para recordarlos y calmar sus almas.

A las faldas del cerro de haya se encuentran asentadas algunas familias una muy conocida es la familia Rodríguez Cucalón los cuales han estado ahí asentados por más de 45 años ellos protegen a la biodiversidad que existe en la zona de la tala de árboles y por la caza furtiva de animales esto lo hacen con su propio dinero y con la creación de del ecoturismo para el mantenimiento y conservación del bosque.

#### **1.1.5. Historia de la Fotografía**

El origen de la palabra fotografía viene de Grecia, está significaba escribir o grabar con la luz. El Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española la define como “el arte de fijar y reproducir por medio de reacciones químicas, en superficies convenientemente preparadas, las imágenes recogidas en el fondo de una cámara oscura”.

Según estudios realizados anteriormente definen a la fotografía como evolutiva ya que va a la par con el desarrollo tecnológico, varios estudiosos han aportado sus criterios sobre tema, “una huella luminosa registrada en una superficie químicamente preparada para ello, o en sensores digitales dotados de células fotoeléctricas. Es la formalización de una huella lumínica”. (Martinez, 2007)

Según las primeras manifestaciones de la fotografía datan del año 1839, con la difusión mundial del procedimiento del Daguerrotipo, que desarrolló y perfeccionó Louis Daguerre, esto se dio a conocer en París, en la Academia de Ciencias de Francia. Después del descubrimiento de la Cámara oscura, y las investigaciones sobre el ennegrecimiento de las sales de Plata (ecuRed, 2020).

El sistema consiste en la obtención de una imagen sobre una superficie de plata pulida. La imagen era revelaba con vapores de Mercurio, apareciendo en la cara plateada de la placa, que previamente se había sensibilizado con vapores de Yodo. Su inconveniente estaba en lo caro del procedimiento, el equipo pesado, y las demoras en tiempo de exposición. Sin mencionar los daños provocados por los vapores de mercurio para la salud (Cuarterolo, 2003).

En los años 1800 aparece el gelatino-bromuro, por medio del cual se reduce el tiempo de exposición de una fotografía. Después en 1888 se patentó el nuevo sistema de color en la fotografía, a cargo de León Favre, y John Eastman y se hizo el lanzamiento de

la cámara Kodak el cual fue el inicio de lo que es la fotografía en la actualidad y dio paso a la creación de diferentes cámaras fotográficas.

A partir de ahí los avances tecnológicos permiten el vertiginoso desarrollo en el año 1900, aparece el flash electrónico, por medio de una fuente de luz intensa, que permite tomar fotografías en lugares con poca iluminación (Monje, 2015) .

Ya a finales de la década del 90, inicia el período de la digitalización de la fotografía, en el cual se utilizan programas digitales tales como Photoshop etc. Esto constituye como un punto importante de avance tecnológico el cual abre las puertas al desarrollo de la fotografía. Es así que los nuevos fotógrafos tienen que estar actualizados día a día, con las nuevas técnicas y procedimiento en cuanto se refiere a la fotografía de lo que al mundo fotográfico se refiere.

### **1.1.6. Historia del Libro como Diseño Editorial**

El diseño Editorial ha ido evolucionando desde la creación de la imprenta que fue en 1452 a la edad media se podría decir a la era de la imprenta la cual estaba en pleno apogeo con el descubrimiento de la misma, el mayor precursor de este descubrimiento era Johannes Gutenberg que fue el creador de la imprenta y que por medio de las tipos móviles colocadas como planchas impregnadas de tintas servían como base para lograr la ansiada escritura que era pasada al papel y de ahí colocadas en formatos de libros esto hizo que la escritura a mano tomara un respiro puesto que por medio de la imprenta se podía hacer muchos más volúmenes de libros los cuales en ese tiempo eran solo distribuidos para los nobles y gente rica aun los pobres estaban exentos del mismo.

Los primeros libros hechos con tipos datan del año 1500 desde la creación de la imprenta y de los tipos móviles que eran utilizados como bloques para formar palabras y después párrafos, consistía en poner una lámina de papel encima de los tipos y con la imprenta aplastarlo de ahí se formaban las páginas para los libros.

El primer precursor fue Aldo Manucio era un impresor y humanista de nacimiento italiano es uno de los que más llamaron la atención en la época del renacimiento por su creación más conocida que es la itálica o letra cursiva este inventor creó los primeros libros de bolsillo a los cuales le llamaba faltriquera entre 1.490 y 1.533 Aldo Manuzio creó diversas obras uno de ellos Aristóteles, el sueño de Polifilo.

### **1.1.8 Historia del Turismo Comunitario en el Ecuador**

Desde la década de los años 50 en Ecuador, se propone el turismo internacional como elementos beneficiosos para el desarrollo del país, para lo cual se instituye una oficina anexa a la Presidencia de la República, con el fin de realzar la cultura indígena. A partir de ahí se comienza a crear una infraestructura básica para la actividad en la capital Quito. (Prieto, 2011, pág. 9)

De esta forma el turismo comunitario se convierte en un campo estratégico de desarrollo social, económico y cultural, que parece encarar con éxito varias de las más acuciantes expectativas del mundo actual. Por un lado es una alternativa a los modelos clásicos de desarrollo hegemónico, por otro, cataliza la búsqueda de actividades económicas compatibles con la conservación ambiental y aún supone una exploración consistente de condiciones más equilibradas para el encuentro cultural. (Ruiz Ballesteros & Solís Carrión, 2007, pág. 13)

Se menciona al turismo ecológico como una alternativa para el desarrollo y conservación de los recursos naturales, pues se realiza con un manejo estricto de los recursos y ofrece oportunidades de desarrollo para las comunidades que lo practican, y las cercanas a la actividad turística. (Gándara, 2011, pág. 284)

Al decir de la investigadora es uno de los 17 países más diversos del orbe. Pues posee una riqueza étnica, cultural, paisajística y biológica ilimitada. Cuenta con un vasto ecosistema y culturas vivas en un espacio reducido, condiciones que lo avalan para proyectar un desarrollo sostenible del turismo, y como atractivo turístico en el área. (Solís, 2007, pág. 183)

El turismo alternativo sería un modelo fundamental en el desarrollo sostenible de las naciones pues guarda estrecha relación con el patrimonio cultural de cada país. (Cárdenas, 2011, pág. 7)

## **1.2. MARCO TEÓRICO**

### **1.2.1. Diseño**

Según (WONG, 1993) “El diseño busca comunicar por medio de un mensaje, algo hacia los demás. Distinto de la pintura y la escultura, que son ideas o sueños de un artista, es decir el diseñador cubre una necesidad”. (p. 41).

“La base del diseño es la conjunción de diversos elementos en una misma área con objeto de lograr una interacción que transmitirá un mensaje dentro de un contexto determinado. El mensaje puede comunicarse e incluso modificarse mediante una cuidadosa manipulación visual de los elementos que van a ser utilizados dentro del área de diseño. Esencialmente, esos elementos serán palabras, fotografías, ilustraciones e imágenes gráficas, combinadas con una fuerza controladora basada en blanco y negro y color.” (Swan, 1992)(p. 11)

El diseño es una profesión muy amplia en donde se explota la idea o creación del diseñador cual consiste en comunicar por medio visual un mensaje para un determinado grupo o target existen diferentes clases de diseño muy importantes según el mercado en la cual ejerzan su competencia, algunas de las ramas más conocidos de diseño son; diseño gráfico diseño de interior, diseño arquitectónico, diseño de moda diseño industrial, diseño tridimensional o 3D, etc.

### **1.2.2. Diseño Gráfico**

Según (Mijkenaar, 2001, p.53) “La tarea del diseñador es descubrir el sinnúmero de leyes de diseño que aún siguen ocultas, pero sin lugar a dudas funcionales, desarrollando herramientas que puedan utilizarse para dar forma a sus ideas”. (p.53).

El diseño gráfico no es un arte puro, porque como nos explica (FRASCARA J. , 2004)“El diseñador, a diferencia del artista, no es normalmente la fuente de los mensajes que comunica, sino su interprete” (p. 33).

(Gonzalez, 1994.) dice que el diseño es el " Proceso de creación y elaboración por medio del cual el diseñador traduce un propósito en una forma"(p.58),

(Costa J. , 1995) nos dice que “Los mensajes gráficos constituyen el conjunto de las comunicaciones funcionales; institucionales, comerciales, publicitario, informativo, didáctico, señalético y de la identidad”. (p.10).

La acción del diseño gráfico se trata de crear, programar, proyectar por medio de los elementos gráficos y por medio de los programas digitales que fueron creados para este fin, como comunicación visual “El diseño es la suma total de las decisiones que hacen que un producto resulte útil y atractivo”. (Martin D. , 1994).

El implemento de todas las funciones de diseño logra que se creen diversas técnicas las cuales fundamenta los diseños creados para satisfacer al público receptor por medio de un mensaje directo creado por medios digitales.

### **1.2.3. Diseño Editorial**

El diseño editorial puede ser producido en cualquier formato en el cual consta de la lectura y la fotografía según como vaya a ser diseñado , el diseño de libro debe ser concreto y directo, en el caso de un e-book fotográfico o en español libro electrónico se crea expresamente para mostrarse por medio electrónico, de ahí toma su nombre, en el cual predomina la fotografía como principal elemento este tiene que ir acorde al diseño en cuestión , por lo tanto tiene que tener una estructura dinámica atendiendo los requerimientos que necesita el diseño de un libro, como es la estructura y diagramación y maquetación de la hojas, debe haber un contraste de color aplicando la psicología, la tipografía debe ir acorde al diseño, cada elementos decorativos tiene que estar diseñado acorde a su función.

Lo novedoso de este concepto es que se puede imprimir a partir de un sólo libro ya que es impresión digital. "El Fotobook tiene un carácter específico, algo diferente a la fotografía impresa, ya que el resultado final es un fino trabajo de arte." (Fernández, (2011)(pág. 9)

Según (R. B. McKerrow y Philip Gaskell)definieron a la creación del libro como "la transmisión de textos y pensamientos por medio de la aplicación de los procesos de producción de libros".

Según (EGUARAS, 2014) En un libro o folleto impreso, independientemente del formato y del soporte en el que se lo lea, lo fundamental es que sea legible, que contenga una buena tipografía la que más se usa es la sans serif.".

También se debe tener en cuenta las pautas de composición de página que tenga armonía, que se note el equilibrio, que sea legible y de fácil lectura, el texto y la jerarquía de la misma debe estar bien planteada.

Según ( (Kapra, 2007)afirma que un libro debe estar diseñado en función de una correcta concepción estética única, en donde se destaque todos sus elementos: tipo de letras, ilustraciones, color, encuadernación y forro, para que puedan armonizar entre sí.

La proyección de un libro al ser un diseño digital, se puede imprimir se aplica todos los elementos del diseño gráfico como la psicología del color, maquetación, la diagramación, retículas todo lo que conlleva, también la fotografía como base del libro electrónico el cual es su principal característica para eso se llama álbum fotográfico o e-book fotográfico.

Esto demuestra que los diversos autores tienen la misma connotación o idea en base a lo que se refiere la creación de un libro sea digital o impresa, acatando los principios del diseño en el cual se puede añadir valor artístico. El libro impreso tiene las características en el cual uno puede tocarlo, verlo y hasta olerlo y tenerlo por años en una estantería de la biblioteca y leerlo cuando uno quiera en este se aplica todo lo que es la encuadernación, la colocación de la pasta dura la tipografía y otros elementos que requiere la impresión de un libro.

#### **1.2.4. El E-book fotográfico**

En el libro digital al ser de tecnología electrónica es decir actual no necesita ser impreso pues es digital el cual trabaja por medio de mecanismos por programación digital el cual es fácil de leer fácil de leer, de llevar, pues no pesa al ser electrónico se pueden guardar miles de libros en una memoria y leerlo en cualquier momento sea en un celular o una tableta o en una computadora y este solo se basa en las actualizaciones en el cual puede llevar desde 10 páginas hasta 1000 páginas según como se lo haya diseñado o se lo requiera, Fawcett (2004) en su obra *Diseño de libros contemporáneos*, expone “sobre la estructura de un libro en forma clara, se refiere a tres elementos tipografía, sistema de retículas e ilustraciones”, los cuales se exponen en cada arte o libro expuesto no es necesario llevar un orden el diseñador se encarga de dar forma según como le crea conveniente.

Lo novedoso del e-book fotográfico este concepto es que al ser digital puede tener un uso ilimitado a partir de un solo diseño de un libro, ya que al ser expuesto en diferentes sitios electrónicos puede ser descargado las veces que deseen los lectores. "El Photobook o e-book digital tiene un carácter específico, algo diferente a la fotografía impresa, ya que el resultado final es un fino trabajo de arte." (Fernández, 2011, pág. 9).

El Book Fotográfico o Foto libro electrónico, la conformación de este proyecto es a través de fotos o imágenes de ilustraciones digitales, que pueden o no, ir acompañadas de texto. Su principal función reside en promocionar o destacar los atributos y cualidades

de productos, personas, o servicios del lugar turístico, con el objetivo de que estos sean comprados o contratados por los consumidores. “Una obra en la que combina el diseño, el grafismo, la tipografía, las imágenes, la maquetación, Todo un entramado de cualidades de sujeto y objeto. Esto lo convierte en materiales o producto diseñado como una bella obra compacta”. (FONT CUBERTA, 2011) del periódico El País

### **1.2.5. Composición**

“La composición es la disposición y organización de distintos elementos de un diseño en un solo conjunto complementado con texto e imágenes.” (Marshall & Meachem, 2010) p.60)

“Partiendo de la frase de que todas las reglas se pueden romper, también están las que se utilizan para la composición, estas funcionan del mismo modo que la retícula, proporciona la estructura en un diseño: como guía.” (Marshall & Meachem, 2010)(p.62).

### **1.2.6. La Tipografía**

Bryony Gómez afirma que la legibilidad tiene que ver con la facilidad o la complejidad para distinguir y entender un mensaje, teniendo en cuenta el contexto. (Gomez-Palacio et al, 2011)

Para Gómez, las letras comprimidas y sencillas funcionan para titulares y dan un contraste entre el contenido general y los títulos. Esta se utiliza a un tamaño de 30 pts. (Gomez-Palacio et al, 2011)

“El texto; es el conjunto de letras que contiene nuestra publicación que es reconocido desde la época del siglo XV hasta en nuestro día llamado como tipografía”. (Unos tipos, 2008)

La tipografía es lo esencial para entender un escrito la cual tiene que estar bien estructurada, tiene que ser de fácil legibilidad y de fácil entendimiento según las citas descritas aquí anteriormente demuestran que la tipografía es de vital importancia desde de la antigüedad puesto que ha sido la manera de expresión principal entre los autores o escritores que son los emisores que mandan un mensaje y lectores o receptores que son los que reciben la información, entonces la tipografía tiene que estar bien estructurada para que haya un entendimiento en el mensaje que se quiera dar por medio de un escrito.

### **1.2.7. Jerarquía**

Crear una jerarquía permite navegar por el contenido del libro, destacando y priorizando información. Por lo tanto, los usuarios pueden interactuar con el contenido de manera adecuada (Gomez-Palacio et al, 2011)

Según los autores expresan que la jerarquía está implementada para poner cada cosa en su lugar según la importancia que esta obtenga en este caso la fotográfica sería lo primero que se vería ya que es un libro fotográfico es lo más importante.

### **1.2.8. La Retícula**

“La retícula ayuda al diseñador a completar los contenidos, explotando la creatividad, los recursos de diseño puestos a su disposición. Esto puede ser un simple diseño bidimensional, tridimensional o como un stand de exposición”. (Marshall & Meachem, 2010) (p.10).

“La retícula es un elemento básico en la composición está representada como una plantilla que permite la ubicación de cada elemento”. (Reyes, 2016)(p.33).

Estos autores simplifican y complementan la misma idea puesto que sin la retícula un trabajo no puede estar bien logrado, ya que esta es la que tiene la base y coordinación de un diseño digital es la que enmarca todo lo que se estructura dentro de un libro revista o periódico etc.

### **1.2.9. Comunicación Visual**

(Costa J. , 2014), afirma que “la percepción visual es ambivalente ya que simultáneamente trabaja en dos vías: la de la semántica y la estética”.

“La comunicación visual es parte del diseño gráfico, definido como el codificador de mensajes con un propósito específico y práctico; es la expresión visual de la esencia de un mensaje o producto” (AGuirre, 2014). (Aguirre E. , 2014b)

“La comunicación visual está asociada al pensamiento de la gente, es debido al hecho de que la gente prioriza las imágenes, ósea consume iconografía, contribuyen al proceso de la comunicación promoviendo elementos que ellos mismos usan y que posteriormente serán adquiridos por otros individuos”. (García-Sánchez y otros, 2015).

“La imagen sea física o digital es entonces un recurso de información y comunicación visual que necesariamente es asumida por las ciencias de la información y la bibliotecología” (MESA, 2018)

“Las metáforas, las analogías y la consistencia visual, pueden ser técnicas de gran ayuda y utilidad para el usuario siempre que el diseñador las utilice con astucia, ya que también pueden desorientar en un momento dado, porque son elementos significativos que permiten la comparación con la realidad” (Aguirre E. , 2014b)(Aguirre; 2010, 2012, 2014a y 2014b).

### **1.2.10. Fotografía**

La fotografía es la fuente de inspiración de muchos fotógrafos y diseñadores gráficos en el cual reflejan la belleza de una imagen capturada por medio de una cámara fotográfica así captando la atención del receptor, así como lo menciona estos diferentes autores los cuales expresan lo siguiente.

“La fotografía aparece como el medio de comunicación que persuade, conmueve, y manipula generando una conciencia controlada en el espectador de la que es difícil escapar por ser un referente de lo verdadero. Prima el poder de autenticación, sobre el de representación” (Garcia, 2000) (pág. 245).

El descubrimiento de la fotografía hizo de la imagen un medio de comunicación de masas, y la dualidad imagen escritura creó un medio de comunicación de gran eficacia, y determinó el gran desarrollo que ha alcanzado hoy. (Calvo Revilla, 2011)

“La fotografía es para mí el impulso espontáneo de una atención visual perpetua, que capta el instante y su eternidad. La foto es una acción inmediata, el dibujo, una meditación” ( (Henri Cartier- Bresson, 2012).

La fotografía es un medio de expresión artística es una de las herramientas principales del diseño, en la cual se la trata o retoca por medios de programas que están especificados para esa labor como es Photoshop el mismo como InDesign e Illustrator.

“El fotógrafo está condicionado a organizar lo que tiene a su alrededor y determinar los elementos que quiere que aparezca en el encuadre, de acuerdo al concepto que desee darle a la fotografía” (Vásquez, 2012)

### **1.2.11. Fotografía Digital**

En estos momentos en donde la gente está tan hundida en lo que es el internet con los pros y los contras del mismo, vemos como es más fácil ver una fotografía digital el cual se guarda como dato en un celular o en una computadora que llevarlo en un libro o álbum de fotografías impresos que duren toda la vida.

Las tecnologías digitales aplicadas a la fotografía son útiles para crear universos imposibles, para la creación de falsos espacios reales, con el fin de provocar una reacción específica en el público. Con la fotografía digital es mucho más sencillo estudiar la dimensión narrativa de la fotografía. (Guadalajara Academia de Ingenieros, 2014, pág. 21)

Para Annie Leibovitz, “la fotografía representa la vida. Es la comunicación que permite el intercambio de experiencias y le enseña a los demás lo que vemos, las cosas que nos atraen, las personas y los lugares que apreciamos”. (Leibovitz & DeLano, 2008)

La fotografía por lo cual el uso del espacio, la línea, la forma, el color, la textura y la luz compuesta en el cual se busca conseguir una buena estructuración de una fotografía mediante el diseño y las bases aplicadas de aprendizaje.

De tal manera (Fargrieve, 1951), justificaba el uso de la fotografía como medio “para habituar a los futuros ciudadanos a imaginar adecuadamente las condiciones del gran escenario del mundo”.

(Sontag, 2006) afirma: “las fotografías son en efecto experiencia capturada y la cámara es el arma ideal de la conciencia en su talante codicioso. Fotografiar es apropiarse de la fotografía.” (p.16)

“Si respetamos esta básica regla de composición, llamaremos la atención de todo aquel que vea la imagen sobre qué es lo que el sujeto está mirando” (Vidal, 2003, p. 5)

### **1.2.12. Fotografía Publicitaria**

La fotografía publicitaria comenzó su auge en el año 1920. Siendo el objetivo de la fotografía Publicitaria es informar, persuadir convencer al cliente al cliente para que compre un producto es dar un servicio por medio de una imagen alterando su forma por medio del retoque digital para hacer más atractivo el producto “Al mismo tiempo que avanzaba el uso de la fotografía en los sesenta, la publicidad pasaba de las manos del redactor a las del director de arte” (Maza R., 2006, p. 83).

La fotografía publicitaria se distingue del resto por varias razones. Primero porque su funcionalidad le exige que se adapte a los intereses comerciales que tienen como objetivo el aumento de las ventas o los servicios. Mientras mayores sean las ventas, significa que más eficaz ha sido la fotografía publicitaria como parte de la campaña en general. (Peset Ferrer, 2010)(pag,31)

“Lo puede conseguir envolviéndolos de un ambiente emotivo, sentimental o lleno de fantasía, debe además ofrecer al que contempla un espectáculo y si se siente motivado, el camino para satisfacerlo. Si queda bien claro, la venta está asegurada” (Casajus & Lara, 2005).....

### **1.2.13. Fotografía de Paisaje**

Una buena fotografía turística es capaz de mostrar, referencialmente, el clima, el relieve, la vegetación y todo lo que tiene que ver con la geografía turística de un lugar específico. (Lúquez, López, Blanchard, & Sánchez, 2006).

Por medio de la fotografía podemos aplicar las bases del diseño gráfico para enmarcar la belleza de la naturaleza buscando siempre reflejar el realismo de las mismas sin exagerar el retoque fotográfico aplicado por medios digitales, mientras más natural sea una foto es mejor.

La fotografía de paisaje También se define “como lo único que puede congelar, detener, y hacer tangible el presente. Para ella la fotografía es el presente, todo lo demás es el tránsito entre pasado y futuro”. (Corkovic, 2012)

Se define como fotografía de paisaje cuando tomamos una fotografía en un plano general o panorámico en el que se puede ver la extensión del objeto a capturar por medio de una cámara profesional en donde refleje la belleza de la naturaleza en sí siendo un espacio abierto sin limitación alguna.

### **1.2.14. Comunicación**

(Archuf, Chavez, & Ledesma, 1997), aclaran que el “Diseño no es un medio de comunicación de masas, sino es una forma que se desarrolla en distintos medios por los que circule, pero sí su carácter es colectivo y social en tanto se plantea, a públicos masivos, comunicaciones y entidades públicas o privadas”.

Según (Martin M. , 2007) explica que; “La comunicación es un tipo de interacción que está al servicio de las necesidades biológicas y zoológicas. Su plasticidad es

evolutiva, descubre, que la especie humana puede poner la comunicación al servicio del conocimiento; cuando incorpora los recursos la organización, producción y la comunicación siempre van a estar sobre determinado ya sea por las necesidades, sino también por elementos que tienen valor axiológico”.

(Paoli, 1983), afirma: que “La comunicación cohesionada y conforma la sociedad, mientras que la información tiende a romper con esa cohesión y a renovar las pautas de relación. Sin embargo, ambos conceptos son inseparables” (p.123).

La comunicación es la clave de todo, sin comunicación no hay idioma, la comunicación es lo más esencial en cualquier rama de estudio y en la sociedad, el ser humano evoluciona, así como evolución la forma de comunicarse en donde se emplean o de diferentes medios para hacerlo cada ser humano y cada animal tiene su propio concepto de comunicación, lo único diferente es que los humanos podemos expresarnos por medio oral, escrito, por imágenes ilustraciones por señas etc.

#### **1.2.15. Psicología del color**

“El color puede ayudar a contar historias (visualmente) y puede ser utilizado para comunicarse a un nivel emocional” (Duarte, s.f.)(p. 4).

“Las persona que tienen oído musical pueden distinguir fácilmente los tonos musicales, de diferentes frecuencias, Pero el sentido de la vista no puede percibir los diferentes componentes de la sensación cromática. Cada sensación cromática es uniforme e indivisible, sólo puede ser descrita por medio de las propiedades apreciadas de forma directa.” (Heller, 2004)(p. 97)

El color es muy importante psicológicamente hablando tiene muchas referencias y muchos significados en los cuales el diseñador lo emplea para expresar sus ideas según lo que vaya a diseñar y emplear. Esto hace que el target se identifique o se sienta atraído el color y reaccione de distinta manera por la estimulación provocada, actuara el target de forma subjetiva expresando cualquier reacción o sentimiento sea este de calma o de enojo sea este de forma inconsciente “La psicología de los colores fue estudiada por grandes maestros a lo largo de nuestra historia, como por ejemplo Goethe y Kandinsky” (Reginald R., 2008, p. 163)

### 1.2.16. El turismo

(Capece, 1997) Lo define como "la actividad productora de bienes y servicios que, respetando los límites físicos del espacio en que se desarrollan los habitantes y demás actores, son quienes deciden desplazarse del lugar de residencia, buscando incorporarse al mercado de trabajo del nuevo destino".

“El turismo favorece el contacto del hombre con la naturaleza y con las culturas, promueve la valorización de los recursos ambientales y presenta las bellezas de la reacción como una herencia común de toda la familia humana”. Juan Pablo II – (1999).

“Por lo que se refiere al turismo por su gran potencial económico y social, por su contribución a la generación de empleos, el turismo es un sector fundamental para detonar el desarrollo.”. (Cárdenas, 2011, pág. 56)

Los atractivos turísticos, constituyen los elementos necesarios para disfrutar de un destino turístico, con la capacidad de atraer turistas, motivando y prefijando su elección. Según las autoras son todos los bienes y servicios que hacen, permiten la actividad turística y satisfacen la demanda. (Martínez & Rojo, 2013, pág. 4)

El espacio turístico se define como “un concepto globalizador del destino turístico tradicional, y que engloba sector público y privado en la obtención de un producto para consumo del turista.” (Solé, Casanova, & Boch, 2002, pág. 44)

Se puede afirmar que el espacio turístico se desprende de una visión geográfica del fenómeno, que hace referencia a la zona o área donde coexisten las prácticas turísticas. Reyes citado en (Ávila, 2002, pág. 17)

Así mismo (Leiper, 1990), propone su “Sistema de cinco elementos para el turismo; uno es dinámico y se refiere al turista, tres son geográficos que abarca el espacio emisor; la ruta, el espacio receptor y un elemento es económico: la industria productora de servicios turísticos”. (p.153)

Estos tres autores consideran al turismo como una actividad económica unificada entre el ser humano y el medio ambiente demostrando una simbiosis en la cual cada uno de ellos juega un papel importante para lograr una actividad unificada demostrando el cuidado y mantenimiento de la naturaleza por medios los seres humanos.

## **1.3. MARCO CONCEPTUAL**

### **1.3.1. Arte**

El arte es la mayor expresión artística que existe desde la antigüedad, el arte está definido como la reunión de diferentes técnicas para expresar una idea o mensaje es el acabado que se obtiene al final de un trabajo de diseño sea digital o impreso, por el cual el espectador o receptor piensa analiza y absorbe lo que ve por medio de una imagen.

### **1.3.2. Diseño Gráfico**

El diseño gráfico es una profesión la cual se encarga de transmitir por un medio físico, escrito o digital, conceptos abstractos a través de imágenes, consiste en transmitir mensajes sean por medio escrito o gráfico según para que sea creado el arte o diseño y según para cual es el idioma que se utiliza en la era moderna para expresar las ideas de comunicación para transmitir ideas y conceptos para un determinado grupo de targets.

### **1.3.3. Elementos Gráficos**

Los elementos gráficos son los que se utilizan para realizar un diseño o un arte en el cual se emplea todas las técnicas conocidas.

### **1.3.4. Elementos base del Diseño Gráfico**

Los elementos bases del diseño gráfico son los cuales parten de la línea, punto y plano, en los cuales son trasladados por medios de programas de diseño donde se usan vectores, pintura digital, diagramación, etc.

### **1.3.5. Elementos Conceptuales**

Los elementos conceptuales son aquellos que se utilizan en todo diseño o arte que se vaya a crear es el punto de partida que se forma para dar una idea clara por medio de trazos.

El Punto. - es el primer paso para crear un trazado se lo utiliza en todo lo que se escrito, digital o por ilustraciones.

La Línea. - Es la unión de un punto continuo que tiene el lápiz al moverse sin alzar la mano.

El Plano. - Es la unión del punto y la línea el cual al unirse forma una figura que sin tener sombras se le llama plano puede ser geométrico, rectilíneos pueden ser anchos y angostos.

El Volumen. - Es el sombreado que se le da a un plano para que tenga la impresión de que tiene peso visual.

### **1.3.6. Elementos de diseño**

La línea, La figura, la forma, el espacio, la textura o trama, color etc.

### **1.3.7. Elementos Visuales**

Los elementos visuales son aquellos que le dan una mayor visualización y armonía a cualquier diseño como son la utilización de la cromática según la marca del producto en el cual entra como elementos El color, La forma, La Medida, La textura.

### **1.3.8. Elementos de Relación del diseño**

Los elementos de relación están formados por cuatro elementos que son de mucha importancia en el diseño gráfico que son:

- **Relación de dirección**

Es según la relación de posición del que observa, este da la ilusión de alejamiento o de cercanía o profundidad a una imagen esto es uno de los que más captan los receptores.

- **Relación de posición**

Se expresa por medio del punto o posición en donde se encuentra la imagen dentro del plano en el que está elaborado.

- **Relación de espacio**

Es el lugar que ocupa el objeto a diseñar este puede ser pequeño o grande sus dimensiones están decididas por el creador de la misma.

- **La relación de gravedad**

que son los que se encargan de dar el peso visual psicológicamente hablando que necesita una imagen. Esta puede ser liviana estable como inestable.

### **1.3.9. Elementos Prácticos**

#### **1.3.9.1 Representación.**

Es la forma que se representa un objeto o dibujo el cual se le otorga forma que se identifique con la cognición visual referente a la naturaleza o al ser humano.

### **1.3.9.2 Significado.**

Es lo que se expresa o quiere dar a entender por medio de un arte o diseño.

### **1.3.9.3 Función.**

Es lo que va a cumplir un producto, para lo que fue creado o diseñado.

### **1.3.10. Mensajes**

Es lo que el emisor quiere transmitir por medio de un diseño, ya sea escrito, por medio de un dibujo o una pintura o un arte realizado digitalmente el cual debe ser bien expresado para que el receptor pueda entender lo que se le quiere transmitir.

### **1.3.11. Destinatarios**

Son los receptores, son los que se encargan de descifrar el mensaje, lo que ellos perciben por medio de un medio escrito, digital o por medio de un diseño.

### **1.3.12. Diagramación**

La diagramación, es la encargada de organizar cómo va distribuido el diseño dentro de un libro, revista o periódico pertenece al diseño editorial el cual expresa con contenidos escritos, visuales y audiovisuales, en medios impresos y electrónicos.

### **1.3.13. Maquetación**

Maquetar es organizar cómo va distribuido la información que se va agregar, diseñar y diagramar un libro o cualquier ejemplar textual el cual va diseñado de tal manera que tenga una buena imagen y una buena línea tipográfica.

### **1.3.14. Retícula**

La retícula es la base de toda diagramación en la cual va depositado toda la información que se va a poner sea un texto o imagen que se vaya a utilizar en un diseño el cual tiene que estar organizado según la especificación y formato que se requiera de la misma por lo general la retícula se presenta en forma rectangular.

### **1.3.15. Color**

Es la base de todo diseño, el color se lo aplica según a que esté destinado el diseño y según lo que quiere transmitir a base de la composición del color.

### **1.3.16. Tipografía**

La tipografía es aquellas letras llamadas tipos las cuales están formadas por caracteres, que al estar juntas forman palabras y a la vez párrafos los cuales se utilizan para dar información al lector por medio de un libro, revistas periódicos etc.

### **1.3.17. Tipos de formatos de imágenes**

Existen diferentes tipos de formatos o medidas las cuales están realizadas de imágenes, ilustraciones o fotografías los cuales se las utiliza como flyer, trípticos, folleto, pancartas, etc...., y para diversas aplicaciones como pueden ser las redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter etc. así como para páginas web, etc.

### **1.3.18. Publicidad**

La publicidad comprende todo lo que se refiere a la, maquetación y diseño impreso elaborada para publicitar algún producto del cual se quiera exponer, dirigido al target o a un grupo específico en general, las cuales son expuestas o promocionadas en diversas revistas, periódicos, libros, flyers, trípticos, etc.... estas también se las crea para ser publicitadas en la televisión o internet.

### **1.3.19. Fotografía**

Es capturar una imagen por medio de una cámara la cual se ve reflejada en un medio digital o físico, tiene la característica de capturar la belleza de la naturaleza, así como la humanidad de un personaje. Sus principales componentes son:

#### **Cuerpo de la Cámara.**

Es lo principal de la cámara se la llama caja o estuche es donde están colocados todos los componentes internos y externos de la cámara.

#### **Objetivo o Lente.**

Es la parte en donde el sujeto u objeto a enfocar, este situado en la parte externa de la cámara está colocado en forma de bayoneta en donde se pueden colocar diferentes

objetivos o lentes contrapuestos que dan forma a la imagen, este deja que entre la luz y que pase al visor óptico, además este se encarga de manejar la distancia focal y del Ángulo de cobertura, hay tres clases de objetivos los normales que dan una visión de 45 grados similar al ojo humano, los angulares son más extensos dando una visión de 60 o 90 grados más que el ojo humano y los teleobjetivos son de menor intensidad están entre los 8 o 28 grados de visión el ojo es incapaz de captar la imagen también tenemos se encuentra el objetivo ojo de pez que da una visión de 180 grados se lo utiliza cuando se quiere tomar fotografías de lugares muy grandes o muy altos todo esto depende del sensor de la cámara que generalmente es de 35mm.

#### Diafragma.

Está ubicado dentro del objetivo está formado por pequeñas láminas de metal el cual se cierran y abren permitiendo la entrada de la luz según como se quiera obtener la imagen fotográfica se la conoce con el número f que es la escala relativa de fotograma desde la creación de la cámara el diafragma no ha cambiado está presente en todas las maras fotográficas las medidas están desde el f1 que es muy abierto hasta el f 32 que es muy cerrado. este no depende de la distancia focal.

#### Obturador.

Es el encargado del paso de la luz por medio del tiempo de exposición para que llegue al sensor, está formado por dos cortinas las cuales se contraponen una de la otra permitiendo el paso de la luz la velocidad del obturador se mide por segundos.

#### Visor Réflex.

Es el que está dentro de la cámara es un pequeño aparato que proyecta la imagen de forma invertida para que llegue a el visor óptico con la imagen normal.

#### Anillo de Enfoque.

Este se emplea para enfocar o desenfocar una imagen esta se encuentra en el objetivo, funciona con la distancia focal el cual puede resaltar uno o más objetos a fotografiar enfocado o desenfocado los sujetos a fotografiar. También sirve para desenfocar el fondo de la imagen.

#### **Pantalla LCD.**

Es la parte externa del visor es donde logramos ver la imagen directamente sin usar el visor óptico esta permite enfocar la imagen normalmente miden hasta 3 pulgadas

y está compuesta hasta por un millón de píxeles la cual permite ver la imagen de alta calidad.

### **Visor Óptico.**

Es donde se logra ver al sujeto u objeto a fotografiar es independiente del objetivo es por donde el fotógrafo coloca su vista, el cual está situado en la parte trasera de la cámara.

### **Disparador.**

Es el encargado de abrir el obturador enfocar y permitir que la luz entre para captar la imagen por el visor óptico según la velocidad del disparador el obturador se expandirá a la luz este es el responsable que a la fotografía se le diga dibujo con luz.

### **Dial principal.**

Maneja algunos sistemas en los cuales está el zoom los niveles del diafragma los niveles del obturador y los niveles del ISO es el encargado de manejar todas las funciones de la cámara.

### **Censor.**

Su función es transformar la imagen óptica que manda el objetivo, su función es captar la imagen celdas llamadas fotositos, este a su vez están formados por diminutos fotodiodos que forman a los fotones los cuales captan la luz, estos son muy sensibles ellos al entrar la luz se convierten en electrones y de estos depende la buena calidad de la imagen haciendo que el ISO sea el encargado de dar luz u opacidad a la imagen esta imagen se convierte en RAW que es el negativo de la fotografía.

### **Botones de Control.**

Están dispersados por toda la caja o estuche que cumplen diversas funciones desde cambiar el objetivo hasta apagar la cámara.

### **Botón de Reproducción.**

Es el que reproduce los videos o las fotografías ya tomadas.

### **Dial de Modos.**

Es el encargado de cambiar a los modos a manuales o automáticos según como se quiera la fotografía.

**Interruptor.**

Es el que prende y apaga la cámara

**Flash Integrado.**

Es el que se encarga de dar iluminación

Ranura para Tarjeta de Memoria.

Es donde se coloca la tarjeta de memoria la cual guarda miles de fotografías

**1.3.20. Composición**

La composición que se le da a un arte es según la jerarquía que tenga el diseño si se va hacer una foto libro pues lo primero que debe llamar la atención es la fotografía, de ahí el texto o ilustraciones y demás composiciones que se utilicen esto tiene que ver con las siguientes reglas:

**La regla de los tercios.**

Consiste en un formato de tres tercios, los cuales forman 9 partes iguales, estas pueden estar en forma vertical como horizontal, en el cual se debe capturar al objeto del cual se va hacer la fotografía, está busca que la imagen tenga equilibrio visual y profundidad.

**El interés de los grupos de tres.**

Consiste en la distribución de los objetos a capturar en la fotografía, para darle dinamismo a la imagen, cada uno tiene que tener una distancia diferente y así poder tener profundidad o distancia focal.

**El espacio negativo.**

Está dividido en tres. uno llamado marco de fotografía, el espacio positivo y el espacio negativo; estos conjugados entre sí mantienen la jerarquía para dar una buena composición a una imagen, el marco es lo que encierra todo lo que enmarca la fotografía, el espacio positivo es lo principal de la fotografía es donde se aprecia los objetos a enfocar y es todo lo que se observa en la imagen y el negativo es lo que saca de contexto lo que se encuentra en el vacío y no tiene que llamar la atención.

### **1.3.21 Planos fotográficos.**

Los planos Fotográficos son aquellos que están ligados a la fotografía y al cine son los que delimitan y estandarizan el porte de la fotografía según el objeto a capturar.

#### **Plano general.**

Este plano consiste en capturar un objeto o sujeto encuadrado con gran profundidad de campo en donde se pueda capturar el objeto completo sin recortar ninguna de sus partes.

#### **Plano americano.**

Este plano consiste en la toma fotográfica del sujeto encuadrado desde la coronilla hasta  $\frac{3}{4}$  de la pantorrilla.

#### **Plano medio largo.**

En este plano se aprecia al sujeto encuadrado desde la coronilla hasta la cintura en donde se pueden ver más detalles del sujeto en movimiento o estático.

#### **Plano medio cortó.**

En este plano se encuadra al sujeto desde la coronilla de la cabeza del sujeto bajo del pecho o medio pecho hasta la coronilla dándole más énfasis a sus rasgos faciales sin descuidar el dorso aislándolo del entorno en el cual está expuesto.

#### **Primer plano.**

Este plano se lo utiliza para fotografías de retrato que van desde la altura de los hombros hasta la coronilla de la cabeza del sujeto a fotografiar.

#### **Primerísimo primer plano.**

Este plano consiste en tomar una fotografía desde la altura de la frente hasta debajo de la barbilla lo cual logra dar mayor impacto visual y mayor emotividad al sujeto al fotografiar.

#### **Plano detalle.**

Este plano se lo utiliza para llamar la atención del lector por medio de un objeto o parte del cuerpo del sujeto ejemplo el anillo de su mano izquierda, o la mirada del sujeto el en cual aflora una lagrima enmarcando la lágrima como objetivo principal.

### **1.3.22. Iluminación**

La iluminación es uno de los principales elementos de la fotografía lo cual consiste en iluminar un objeto o sujeto si tiene demasiada luz se la considera como fotografía sobreexpuesta es decir quemada, si tiene una muy buena iluminación se la llama fotografía expuesta y si no está bien planteada la iluminación se la llamara fotografía subexpuesta. Esta está dividida en:

#### **Luz dura.**

Se la llama luz directa la cual proyecta una especie de reflejo de la imagen dando algo de textura y resaltando al objeto fotografiado dándole un mayor contraste a la fotografía

#### **Luz suave.**

Es lo contrario de la luz dura puesto que es más difusa, proyecta una pequeña sombra translúcida y más delicada, esta se logra al interponer dos luces para que pierdan intensidad entre sí.

#### **Luz natural.**

Esta luz se puede lograr si se toma desde una ventana entrando la luz del sol directo al objeto a fotografiar, o hacer una fotografía en el exterior con el sol directamente en el objetivo buscando los ángulos correctos para lograr buenas imágenes.

#### **Luz artificial.**

Es aquella en la que se utilizan focos bombillas o flashes incorporados en el taller de fotografía todas funcionan con electricidad para esto se debe tener un buen conocimiento de iluminación para poder realizar buenas fotografías.

#### **Contraluz.**

Consiste en producir una fotografía en contra de la luz en el cual el objeto o sujeto estará como negativo es decir solo se podrá ver la silueta más la luz expuesta detrás de él.

#### **Posición de las luces artificiales.**

Estas luces tienen tres posiciones esenciales la principal estará frente al sujeto u objeto a fotografiar la segunda estará a 45 grados arriba del sujeto u objeto a fotografiar y la tercera es la luz de relleno que estará detrás del objeto o sujeto a fotografiar para que la sombra sea menos fuerte combinando con las otras luces.

### **1.3.23. Psicología del color**

En la psicología del color se la utiliza como medio para transmitir emoción del receptor al cual esté dirigido un diseño este define la cromática que se va a utilizar en la misma analizar el efecto del color en la percepción y la conducta humana...

hay tres partes que conforman al color el tono, la saturación y la luminosidad. Estos se encargan de la tonalidad, de la claridad y oscuridad y la reflexión de la luz emitida a un objeto

### **1.3.24. InDesign**

Es el programa que se utiliza para diseñar la maquetación y la diagramación de un libro, revista, periódico en el cual se utiliza textos, fotografías etc.

### **1.3.25. Illustrator**

Es el más adecuado para ilustraciones vectoriales es especialmente utilizado para hacer logos, dibujos digitales, tipografías etc.

### **1.3.26. Photoshop**

Es especialmente hecho para tratar las imágenes o retocar fotografías que se vayan hacer para cualquier diseño sea este ilustrado o fotográfico.

### **1.3.27. Comunicación Visual**

La comunicación visual está ligado a la relación entre el texto y la imagen que se encuentra en el diseño lo cual la intención del diseñador es buscar la atención del lector de esta manera transmitir contenidos escritos, digitales o impreso busca tener un enriquecimiento de la edición que sean del agrado de la vista del target.

### **1.3.28. El Boceto**

Se tiene que elaborar algunos bocetos para tener de dónde escoger el que será realizado como proyecto.

### **1.3.28. Diseño de Marca**

El diseño de marca es la elaboración que hace un diseñador para dar una identidad a una empresa.

### **1.3.29. Grupo Objetivo**

El grupo objetivo es aquel que va dirigido el producto, el cliente es el que especifica el que pide el busca una solución para promover su empresa.

### **1.3.30. Imágenes**

Las imágenes es una de las formas más rápidas para comunicar una idea, esta busca tener un impacto directo al cliente o grupo específico al cual va dirigida la imagen, miles de imágenes son compartidas por las redes sociales como medio para llamar la atención, esta puede ser positiva como negativa según sea el mensaje que quiera transmitir el diseñador, es muy utilizada para medios como revistas, vallas publicitarias periódicos, esta busca persuadir y convencer al receptor por medios de imágenes de producto que se comercializan alguna empresa.

### **1.3.31. Etapas del Diseño Editorial**

las etapas del Diseño Editorial los más importantes son

- Bocetaje: Empezó el proyecto como una previa visualización de contenidos.
- Creación: Contando con herramientas digitales y recopilación de información, comenzamos a dar forma al proyecto.
- Edición: Tomando en cuenta el punto anterior, se refuerza con diseño gráfico y estética elaborada.
- Producción: La configuración del material digital.
- Diseño: todos los elementos del producto cuentan con un orden, elementos del diseño como: el color y distribución editorial correcta.

Publicación: Aprovechando los medios digitales oportunamente disponibles, el E-book será distribuido mediante la red y configurado para funcionar en la misma

## **1.4. MARCO JURIDICO**

### **1.4.1. Constitución de la República del Ecuador**

La Constitución de la República del Ecuador enmarca y clasifica las leyes según las conveniencias de la población, protegiendo la pluriculturalidad, la biodiversidad y el medio ambiente en el que vivimos.

#### **TÍTULO II: DERECHOS**

#### **CAPÍTULO II: DERECHOS DEL BUEN VIVIR**

##### **Sección segunda**

##### **Ambiente Sano pg. 24**

Art. 14.- Se lo conoce como Sumak Kawsay este se reconoce como el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado. Se declara de interés general preservar el medio ambiente, el patrimonio genético del país, la prevención y recuperación del medio ambiente.

El derecho del buen vivir, es una de las razones que tiene el Ecuador, donde su principal objetivo es el acoplamiento entre la naturaleza y el ser humano

#### **CAPÍTULO II: DERECHOS DEL BUEN VIVIR**

##### **Sección tercera**

##### **Comunicación e información pg. 25**

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. A la libertad de expresión, a la interculturalidad, en todos los aspectos sociales, por cualquier medio y forma, teniendo su propio lenguaje simbología.

2. derecho a tener libertad tecnologías de información y comunicación.

5. participación de los espacios de comunicación previstos en la Constitución

Las personas son libres de expresar sus sentimientos, por medio de diferentes estilos interculturales mostrando su idiosincrasia naturalmente. (Constitución, 2008)

## 1.4.2. Ley de Educación

### CAPÍTULO II: DERECHOS DEL BUEN VIVIR

#### Sección cuarta

##### 1.4.2.1 Cultura y ciencia pág.26

Art. 21.- Las personas tienen derecho a mantener su propia identidad cultural, a decidir a qué comunidad pertenece sean comunidades culturales y ser libres a expresar dichas elecciones; conocer la memoria histórica de sus culturas y proteger y difundir su patrimonio cultural, y tener acceso a expresiones culturales diversas protegiendo su cultura reconocida en la constitución.

Art. 22.- Las personas tienen derecho a desarrollar su capacidad creativa, sean estas actividades culturales, artísticas, científicas, literarias en protección de su autoría. Y a beneficiarse de la protección de los derechos morales y patrimoniales que les correspondan por las producciones.

la cultura y la ciencia están ligadas a la creación y a la investigación en el cual muestran sus ideales creativos con autoría propia para la difusión de la diversidad cultural, moral y patrimonial. (SENPLADES, 2013-2017).

### CAPÍTULO II: DERECHOS DEL BUEN VIVIR

#### Sección cuarta

##### Derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades pág.41

Art. 57.- Se reconoce y garantizará a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, de conformidad con la Constitución y con los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos, los siguientes derechos colectivos:

Art. 7. La consulta previa, libre e informada, dentro de un plazo razonable, los planes y programas de prospección, explotación y comercialización de recursos no renovables, ambientales o culturales, derecho a participar en los beneficios que esos proyectos reporten y recibir indemnizaciones por los perjuicios sociales, culturales y ambientales que les causen. se procederá conforme a la Constitución y la ley...

Art. 12. Mantener, proteger recuperar, promover y desarrollar los conocimientos colectivos; sus ciencias, tecnologías y saberes ancestrales; los recursos genéticos que contienen la diversidad biológica y la agrobiodiversidad; sus medicinas y prácticas de medicina tradicional, rituales y lugares sagrados, así como la protección de la flora y fauna, minerales y ecosistemas dentro de sus territorios.

Estos tres derechos establecidos en la constitución son significativos pues protege a la naturaleza, protege los derechos culturales de los pueblos y nacionalidades de Ecuador y protege a la sociedad en general promoviendo los derechos humanos, cultural y ambiental. (MINAMB, 2016) (SENPLADES, 2013-2017).

## CAPÍTULO VII: DERECHOS DEL BUEN VIVIR

### Derechos de la Naturaleza pág.52

Art. 71.- La naturaleza o Pacha Mama, donde se reproduce y realiza la vida, tiene derecho a que se respete integralmente su existencia y el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos.

Toda persona, comunidad, pueblo o nacionalidad podrá exigir a la autoridad pública el cumplimiento de los derechos de la naturaleza. los principios de protección establecidos en la Constitución.

Art. 74.- Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen vivir, su producción, prestación, uso y aprovechamiento serán regulados por el Estado.

toda persona tiene derecho a usar de forma responsable beneficiándose de las riquezas de la naturaleza aplicando las leyes del buen vivir protegiéndolo indefinidamente. (SENPLADES, 2013-2017) (Constitución, 2008)

### **1.4.3. Régimen del buen vivir**

## TÍTULO VII: RÉGIMEN DEL BUEN VIVIR

### CAPÍTULO SEGUNDO

#### Biodiversidad y recursos naturales pág.177

#### Sección primera

#### Naturaleza y Ambiente pág.177

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

1. El Estado garantizará un modelo sustentable de desarrollo, ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural, sean estas personas naturales o jurídicas en el territorio nacional. que, conservando la biodiversidad y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas, y asegure la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras.

3. El Estado garantiza la participación activa y permanente de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades que se encuentren afectadas, en la planificación, ejecución y control de toda actividad que genere impactos ambientales.

4. En este caso de duda se dispondrá de acciones legales en materia ambiental, aplicadas a la protección de la naturaleza. (SENPLADES, 2013-2017)

## TÍTULO VII: RÉGIMEN DEL BUEN VIVIR

### Patrimonio natural y ecosistemas pg.180

Art. 404.- El patrimonio natural del Ecuador único e invaluable promueve, las formaciones físicas, biológicas y geológicas desde el punto de vista ambiental, científico, cultural o paisajístico se busca proteger, conservar, recuperar y promocionar.

Esta gestión se sujeta a los principios y garantías enmarcados en la Constitución de acuerdo al ordenamiento territorial y una zonificación ecológica, de acuerdo a la ley. (Constitución, 2008)

## TÍTULO VII: RÉGIMEN DEL BUEN VIVIR

### Sección cuarta

### Recursos naturales 181

Art. 408.- Son de propiedad inalienable, imprescriptible e inembargable del Estado los recursos naturales no renovables y, en general, los productos del subsuelo, yacimientos minerales y de hidrocarburos, sustancias cuya naturaleza sea distinta de la del suelo, incluso los que se encuentren en las áreas cubiertas por las aguas del mar territorial y las zonas marítimas; así como la biodiversidad y su patrimonio genético y el espectro radioeléctrico.

Estos bienes sólo podrán ser explotados en estricto cumplimiento de los principios ambientales establecidos en la Constitución.

El Estado participará en los beneficios del aprovechamiento de estos recursos, en un monto que no será inferior a los de la empresa que los explota. El Estado garantizará que los mecanismos de producción, consumo y uso de los recursos naturales y la energía preserven y recuperen los ciclos naturales y permitan condiciones de vida con dignidad. (Constitución, 2008)

#### **1.4.4. Ley de Comunicación**

Art. 98.- Producción de Publicidad Nacional.

La publicidad que se difunda en territorio ecuatoriano a través de los medios de comunicación deberá ser producida por personas naturales o jurídicas ecuatorianas, cuya titularidad de la mayoría del paquete accionario corresponde a personas ecuatorianas o extranjeros radicados legalmente en el Ecuador al menos un 80% los cuales se encuentren legalmente radicados en el país. En el porcentaje de nómina se incluye las contrataciones de servicios profesionales. Está terminantemente prohibido la importación de piezas publicitarias producidas fuera del país por medios extranjeros, se entiende por producción de publicidad a los comerciales televisivos y cinematográficos, publicidad para radio, fotografías para publicidad o cualquier pieza audiovisual que se quiera utilizar para fines publicitarios. No se puede difundir publicidad mientras no cumpla con estas disposiciones, se sancionará a la persona natural o jurídica que ordena la publicidad con una multa que equivale el 50 % de lo que hubiese cobrado por la realización de dicha publicidad. En caso de la publicidad estática se multa a la empresa que promueve dicha publicidad. (Constitución, 2008)

#### **1.4.5. Plan Nacional de Desarrollo (2017 - 2021) Toda una vida**

EJE 1: DERECHOS PARA TODOS DURANTE TODA LA VIDA.

Plan de Desarrollo toda una vida

Objetivo 3

Garantizar los derechos de la naturaleza para las actuales y futuras generaciones. El ser humano es sujeto de derechos, sin discriminación. El Estado debe estar en condiciones de asumir las tres obligaciones básicas:

Respetar, proteger y realizar los derechos, especialmente de los grupos de atención prioritaria. El desarrollo humano no puede abstraerse de la naturaleza. En esta se

desenvuelve la vida; su sostenibilidad es una responsabilidad ética con las generaciones futuras. La Constitución reconoce los derechos de la naturaleza. Por lo que se debe impulsar iniciativas con corresponsabilidad de los actores privados, que no dependan únicamente del aporte gubernamental y que, a largo plazo, fomenten la producción y emprendimientos sostenibles.

En un país megadiverso como el Ecuador, la calidad ambiental y los derechos de la naturaleza deben ser tratados como parte esencial de las grandes definiciones políticas, económicas y productivas en el modelo de desarrollo sostenible a largo plazo. (PND, 2017-2021).

#### **1.4.6. Ley de Propiedad Intelectual**

##### LIBRO I

##### TITULO I

##### DE LOS DERECHOS DE AUTOR Y DERECHOS CONEXOS

##### CAPÍTULO I

##### DEL DERECHO DE AUTOR SECCIÓN I

##### PRECEPTOS GENERALES

Art. 4. Se reconocen y garantizan los derechos de los autores y los derechos de los demás titulares sobre sus obras.

Art. 5. El derecho de autor nace y se protege por el solo hecho de la creación de la obra, independientemente de su mérito, destino o modo de expresión.

Se protegen todas las obras, interpretaciones, ejecuciones, producciones o emisión radiofónica cualquiera sea el país de origen de la obra, la nacionalidad o el domicilio del autor o titular. Esta protección también se reconoce cualquiera que sea el lugar de publicación o divulgación. El reconocimiento de los derechos de autor y de los derechos conexos no está sometido a registro, depósito, ni al cumplimiento de formalidad alguna. El derecho conexo nace de la necesidad de asegurar la protección de los derechos de los artistas, intérpretes o ejecutantes y de los productores de fonogramas. (Constitución, 2008).

## SECCIÓN II

### OBJETO DEL DERECHO DE AUTOR

Art. 8. La protección del derecho de autor recae sobre todas las obras del ingenio, en el ámbito literario o artístico, cualquiera que sea su género, forma de expresión, mérito o finalidad. Los derechos reconocidos por el presente Título son independientes de la propiedad del objeto material en el cual está incorporada la obra y su goce o ejercicio no están supeditados al requisito del registro o al cumplimiento de cualquier otra formalidad.

Las obras protegidas comprenden, entre otras, las siguientes:

a) Libros, folletos, impresos, epistolarios, artículos, novelas, cuentos, poemas, crónicas, críticas, ensayos, misivas, guiones para teatro, cinematografía, televisión, conferencias, discursos, lecciones, sermones, alegatos en derecho, memorias y otras obras de similar naturaleza, expresadas en cualquier forma;

b) Colecciones de obras, tales como antologías o compilaciones y bases de datos de toda clase, que por la selección o disposición de las materias constituyan creaciones intelectuales, sin perjuicio de los derechos de autor que subsistan sobre los materiales o datos;

h) Ilustraciones, gráficos, mapas y diseños relativos a la geografía, la topografía, y en general a la ciencia;

i) Obras fotográficas y las expresadas por procedimientos análogos a la fotografía; (Constitución, 2008).

## **CAPITULO II. METODOLOGÍA EMPLEADA**

En la presente investigación busca hacer un proceso de análisis, en la cual se espera obtener resultados óptimos y precisos, sobre los problemas y las necesidades que tiene la comunidad de Cerro de Hayas, buscando la solución y resolución por medio de un análisis metodológico y sistemático, para resolver aquellas interrogantes que se van a encontrar en el proceso este proyecto de tesis.

### **2.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

El tipo de investigación que se utilizara es la descriptiva-explicativa

#### **2.1.1 Descriptiva**

Basada en la en la investigación descriptiva se propone el Desarrollo de un E-book Fotográfico sobre la Flora, Fauna, Gastronomía, como Medio de Promoción, y Difusión Turística de las Siete Cascadas -Cerro de Hayas del Cantón Naranjal, el cual estará proyectado con todo lo que tiene que ver con el turismo y la fotografía en el que consiste recolectar fotografías e información basada a este sector turístico del Ecuador.

Dado que este sector no cuenta con un sitio donde se pueda mostrar imágenes de buena calidad en el cual se puedan exponer los diversos atractivos que posee este lugar turístico, la creación de este libro está pensado para atraer a los turistas nacionales y extranjeros, como una alternativa de promoción turística y a la vez que se puedan llevar un bonito recuerdo impreso el cual generará un ingreso extra a los moradores del sector como la venta del libro y otros servicios relacionados.

#### **2.1.2 Explicativa**

Este proyecto se apoya en la investigación explicativa pues esta permite descifrar de una manera más detallada los pros y los contras de dicho balneario, estará basado en todo lo que tiene que ver la historia, la diversidad de fauna, flora y gastronomía del este sector turístico, buscando de la mejor manera explicar todo con el mayor detalle posible con fuentes confiables y veraces, esto permite conocer un poco más de lo que tiene que ver el turismo a nivel nacional e internacional por medio de la fotografía.

## **2.2 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN**

El enfoque dado en esta investigación será mixto en donde se utilizará en el enfoque cuantitativo y el enfoque cualitativo. Para entender y conocer de forma exacta lo se busca y se requiere para este proyecto.

### **2.2.1 Enfoque Cualitativo**

En este proyecto de investigación se utilizará el enfoque cualitativo, dada las características, comportamientos sociales, la descripción de la zona, se utilizará la observación en sentido general preguntas de tipo ¿cómo es el lugar? ¿cómo es el comportamiento de las personas en los balnearios protegidos?, así como entrevistas realizadas al encargado del bosque, de sus habitantes y de los turistas por medio de cuestionarios de todo lo que rodea a este sitio turístico, en los cuales se utilizará las anécdotas vividas como fuente principal de estudio.

### **2.2.2 Enfoque Cuantitativo**

El enfoque se basa en la numerología es decir analizando los datos recolectados por medio de encuestas por medio de un banco de preguntas a los responsables del turismo de dicho bosque, los turistas que visitan y de los habitantes que subsisten en esta zona turística del bosque protector Cerro de Hayas por ejemplo ¿Como cuántas personas visitan el bosque por día, por mes o por año?, ¿cuántos hombres, mujeres y niños y personas de la tercera edad visitan la zona?, buscando un porcentaje aproximado para obtener un análisis estadístico sostenible que podemos encontrar muchas variables como el clima que se refleja en esta temporada invernal en el cual la cantidad de porcentaje de precipitación es elevada unos 1200 mm por hora.

## **2.3. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN**

La presente investigación establecerá parámetros sobre cómo realizar el e-book fotográfico, en cuanto se refiere a la diagramación, a los colores que se van a utilizar, destacar el tamaño del E-book que sea atractivo a la vista del lector u observador, esto permitirá que las operadoras de turismo realicen mejores publicidades y que de esta manera los turistas se sientan atraídos, esto conlleva a que la producción fotográfica, esté ligada a la calidad y parámetros de uso de la cámara, para una buena, para así sacar buenas tomas fotográficas.

### **2.3.1. Métodos Teóricos**

El método teórico en esta investigación se utilizará, aplicando todo lo aprendido por medio de la carrera de diseño gráfico por ejemplo la diagramación, la maquetación, teoría del color, fotografía, etc.

#### **Método de Análisis y Síntesis**

El análisis de la investigación tendrá como elementos fundamentales, Buscando información veraz sobre la fauna, la flora, la gastronomía, la Fotografía cumplirá un rol importante, todo esto se sintetiza como parte del todo para demostrar el atractivo turístico, vendiéndole al receptor la imagen de una realidad, que inducirá a conocer el lugar por medio de un sitio electrónico en el cual destacó el contenido que tenga el e-book fotográfico justificando por medio de citas bibliográficas para poner la contextualizar.

#### **Método Histórico- Lógico**

El método histórico – lógico, se estableció al proporcionar información sobre el conocimiento auténtico, real, fidedigno del sector turístico cerro de Hayas, relacionada al proceso del desarrollo eco-turístico en el Ecuador, y escenarios fotográficos complementados para la realización de este proyecto, aplicando la lógica requerida en forma verídica y exacta.

#### **Método Inductivo-deductivo**

Este método de investigación, permite conocer los problemas que tiene este sector estableciendo un estudio, el cual generará la búsqueda de soluciones para poder brindar un mejor servicio a los turistas, del sector Cerro de Hayas, y para lo cual se desarrollará el libro e-book fotográfico como un incentivo para mostrar todo lo que puede ofrecer como zona turística, puesto que no tienen un buen instrumento de muestreo digital que esté basado en un muestreo rápido y conciso en el cual se verá reflejado por medio de las visitas del lugar por medio de libro electrónico esto podrá medirse por las visitas que obtenga sea por día por semana mensual o anual. Esto hará que los visitantes sean más constantes y visiten el lugar turístico más seguido.

### **2.3.2 Métodos Empíricos**

En el método empírico se utilizará la observación participativa-no participativa, este método nos permitirá obtener información precisa con datos exactos de manera

visual, sobre el fenómeno o el problema en estudio de cómo se encuentra estructurado y organizado la base turística.

### **Observación Participativa-no participativa**

**Participativa.** - Consiste en el que el autor participe, conozca dicho sector para así dar una opinión clara y de esta manera poder entrevistar a los agentes que intervienen en este proyecto como son los ejecutores del sector turístico de la zona y de los visitantes nacionales y extranjeros por medio de encuestas.

**No participativa.** - La no participativa consiste en solo observar, dar una crítica, una opinión de lo que uno ve cierta distancia de lo que los turistas hacen dentro del área turística.

En este caso se utilizará la observación no participativa puesto que solo se observará a los turistas y los lugares que se van a exponer en el e-book fotográfico.

### **Entrevista**

En el presente proyecto se intervendrá por medio de la entrevista a los agentes que intervienen en este proyecto como son los ejecutores del sector turístico de la zona y de los visitantes nacionales y extranjeros por medio de preguntas en un cuestionario, de encuestas o preguntas sueltas a las personas relacionada del dicho sector pueden ser directas o indirectas colectivas o individuales Véase (Anexo 1).

### **Encuesta**

En el presente proyecto se aplicó el método de cuestionario, el mismo que se desarrolló con la intervención de turistas, habitantes y socios de la comunidad, que como ejecutores del sector turístico de la zona y de los habitantes nacionales y extranjeros, se obtuvieron resultados con base al turismo que se maneja dentro del Cerro de Hayas.

El desarrollo de esta metodología, se realizó a 30 personas de manera presencial, obteniendo resultados que serán visibles en un capítulo posterior. Véase el ([anexo encuestas presenciales ...](#))

## **2.3.3 Métodos Estadísticos**

### **Universo**

La aplicación y desarrollo del presente proyecto, se desarrolla en la ciudad de Naranjal, identificándola como el universo de la presente tesis.

### **Población**

Dentro del análisis de aplicación metodológica se ha identificado como población de la presente tesis, a la comunidad del Cerro de Hayas también identificada como 23 de noviembre.

### **Muestra**

El desarrollo de la metodología en base a la aplicación de técnicas, se la ejecutó con una muestra de 30 personas, entre turistas, habitantes y socios de la comunidad.

## **2.4 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**

### **2.4.1 Análisis de la observación**

La aplicación de este instrumento de análisis, se dio a partir de la llegada al sector de Cerro de hayas, obteniendo como primera muestra, la identificación de la organización y cordialidad de los habitantes al recibir a los turistas.

Las funciones del personal que labora dentro de este lugar, están definidas con el fin de facilitar la visita de los turistas, cada guía turístico maneja un grupo de 10 personas con el fin de controlar y de brindar un mejor servicio.

Los encargados de los restaurantes ya están listos para brindar el desayuno que están a precios muy cómodos, el guía explica cómo se debe tener que ir con la vestimenta y zapatos los más ligero posible para no tener ningún contratiempo, pues el camino es empedrado.

En todo el recorrido se encuentran guías o guardias que están estacionados en distintos puntos de las cascadas para salvaguardar a los turistas.

Los comuneros de la asociación se encargan de mantener la limpieza del bosque y los jóvenes y adultos de la zona se encargan de brindar una buena atención a los turistas.

### 2.4.2 Análisis de los resultados de encuestas

Se realizaron 3 encuestas a diferentes sectores de la comunidad como son los pobladores, los turistas y los socios de la asociación ASGROTUCAS para que den su opinión sobre lo que conocen del Cerro de hayas.

Las preguntas están desarrolladas para saber cuál es el número de visitas de personas que han llegado al cerro de hayas, y el beneficio que habrá cuando se desarrolle y se publique el e-book.

Se noto que hay una mayor afluencia de visitantes locales que visitantes internacionales.

- El porcentaje más alto que hay de quienes visitan al cerro de hayas se encuentran los jóvenes ya que son los que más se aventuran a conocer los lugares por hacer más deportes.

- El 50 por ciento de los adultos y personas de tercera edad visitan al sector por conocer, comer o pasar un rato tranquilo mientras conocen las cascadas.

- El 10 ultimo son los niños que por ir en familia son los que comienzan a ir a lugares turísticos en compañía de los padres.

Gráfico N. 1. pregunta # 1

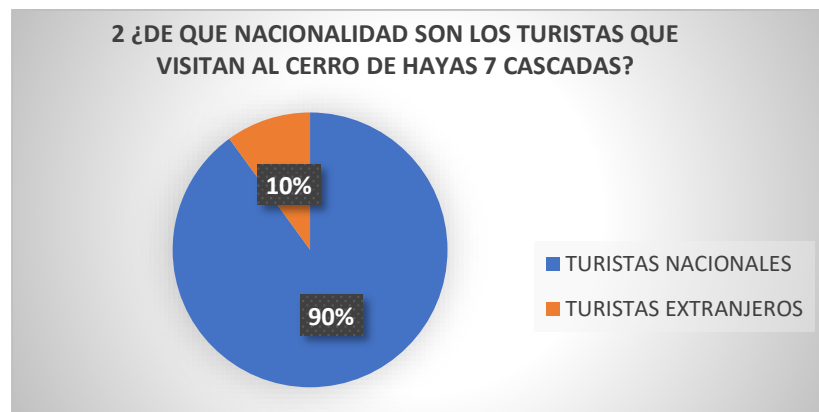


Fuente: Morales 2020

Esta pregunta está hecha para saber cuál es el número de visitas de personas que han llegado al cerro de hayas, para saber cuál es el beneficio que habrá cuando se desarrolle el tema de investigación.

- El 90 por ciento de los turistas que llegan al cerro de hayas son nacionales.
- El 10 por ciento son internacionales.

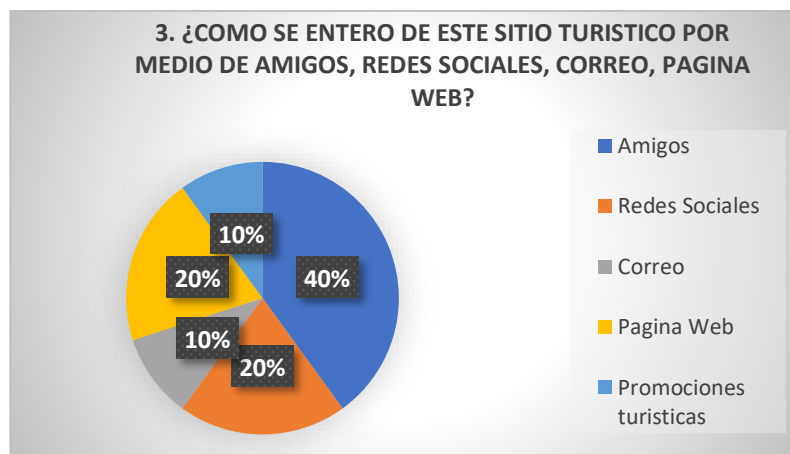
Gráfico N. 2. pregunta # 2



-Con esta pregunta se trata de saber que medios utilizaron las personas para conocer del Bosque cerro de hayas.

- El 40 por ciento dicen que fue referencia por amigos que ya habían conocido el lugar
- El 50 por ciento dicen que se enteraron del cerro de hayas por medio de las redes sociales, correo página web del municipio
- El 10 por ciento por promoción de la operadora turística

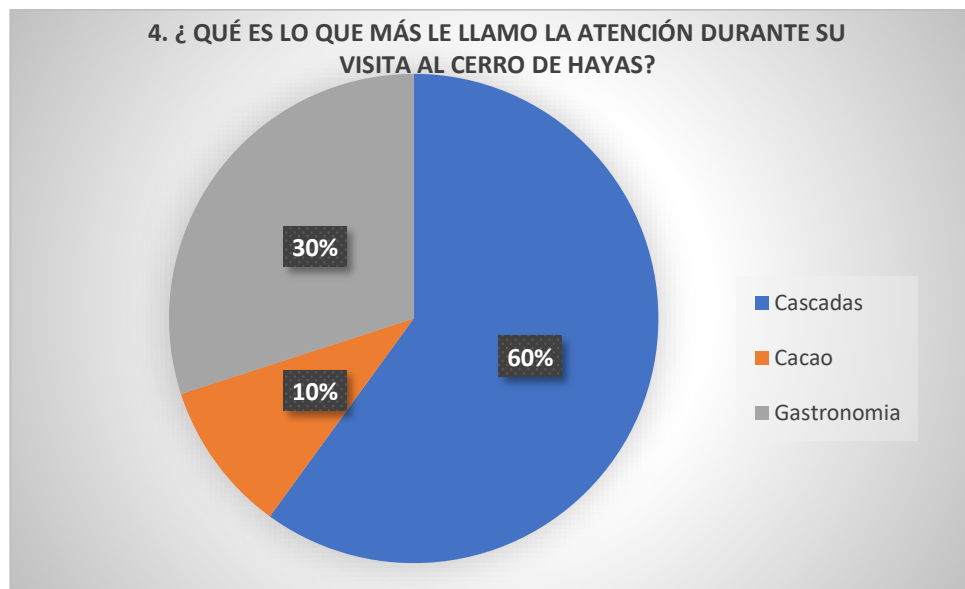
Gráfico N. 3. Pregunta # 3



Fuente: Morales, 2020

- El 60 por ciento de las personas lo que más les llama la atención son las cascadas, ya que son el principal atractivo turístico.
- El 30 por ciento dijo que la gastronomía ya que existen diversidad de platos por lo que pueden escoger y disfrutar.
- El 10 por ciento les llama la atención las plantaciones de cacao ya que al estar ahí les dan la posibilidad de recoger y degustar los diversos productos que son hechos a base del cacao.

Gráfico N. 4. Pregunta # 4



Fuente: Morales, 2020

- Con esta pregunta tratamos de conocer cuál fue la motivación que tuvo el turista para conocer el cerro de Hayas.
- El 40 por ciento les gusta la naturaleza por lo que conocer el cerro de hayas es una parte importante de sus vidas.
- El 30 por ciento les llama la atención las cascadas y sus piscinas naturales ya que no son modificadas como en otras partes del Ecuador.
- El 20 por ciento les llama la atención la gastronomía como principal motivación.
- El 10 por ciento la Cultura e Historia como parte primordial del conocimiento ancestral de la zona.

Gráfico N 5. Pregunta # 5



Fuente: Morales, 2020

Con esta pregunta se trata de saber si las personas saben lo que es un personaje y el propósito de su creación.

- El 33 por ciento de las personas encuestadas no conocían lo que es un E-book Fotográfico, según porque allá no tiene internet 24 horas al día por lo que se les hace difícil conectarse.
- El 67 por ciento de las personas encuestada dicen que si lo conocen o han escuchado por algún conocido.

Gráfico N. 6. Pregunta # 6

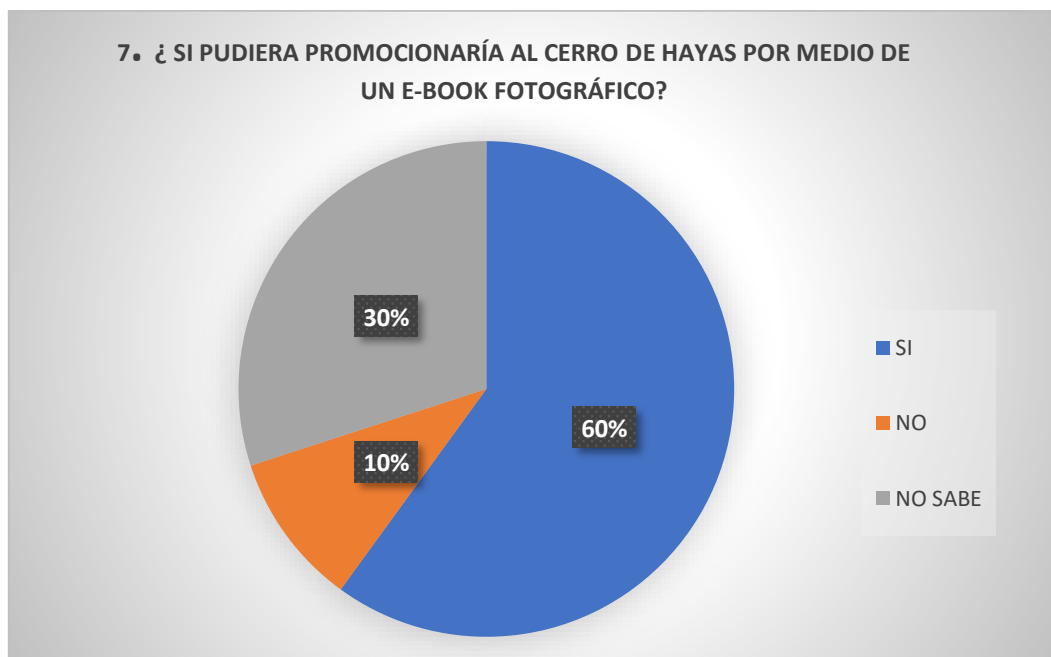


Fuente: Morales, 2020

Con esta pregunta se trata de saber si las personas saben lo que es un personaje y el propósito de su creación.

- El 60 por ciento de los encuestados en esta pregunta si les gustaría promocionar al cerro de hayas por medio de un E-book fotográfico.
- El 10 por ciento dicen que no porque no tienen los recursos electrónicos para hacerlo.
- El 30 por ciento dice que no sabe porque no han visto lo que es un e-book fotográfico.

Gráfico N. 7. Pregunta # 7

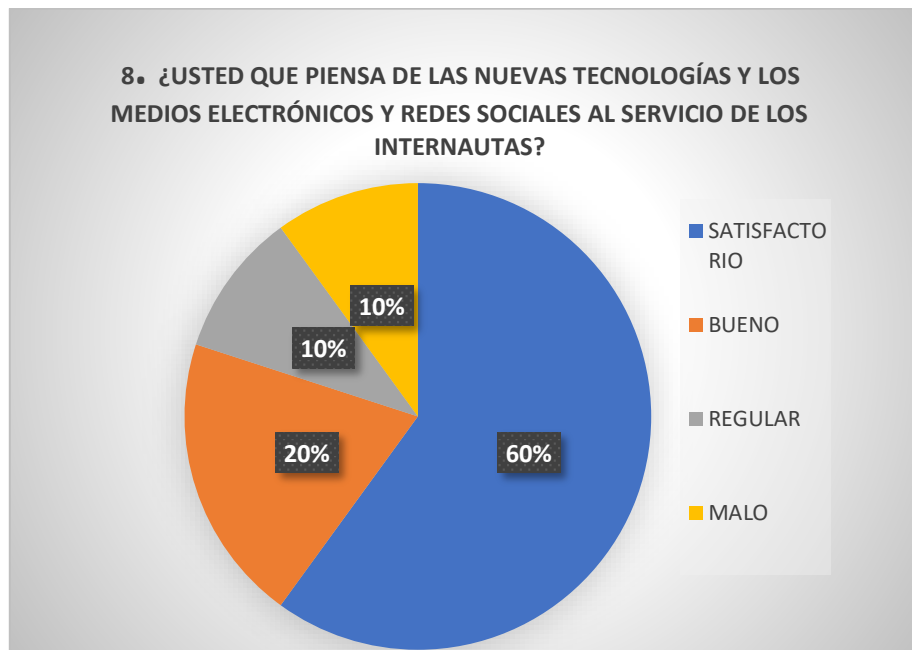


Fuente: Morales, 2020

Con esta pregunta se trata de saber si las personas sienten satisfacción en investigar o navegar en las redes sociales.

- El 60 por ciento de los encuestados piensan que las nuevas tecnologías son muy necesarias y satisfactorias para compartir y recibir datos y más aún si benefician a los que viven del turismo.
- El 20 por ciento dice que es bueno porque así se desarrollan más tecnologías para poder satisfacer a los clientes de turismo nacional y extranjero.
- El 10 por ciento no le gusta porque dicen que es un arma de doble filo, así como puede haber cosas buenas hay cosas malas en el internet.
- El 10 por ciento restante lo cree malo porque el internet no es para nada seguro.

Gráfico N. 8. Pregunta # 8



Fuente: Morales, 2020

### **2.4.3 Análisis de los resultados de entrevistas**

Objetivo: Obtener información, para identificar la necesidad y gestión de promover y difundir el turismo agro ecoturístico a través de medios tecnológicos de páginas digitales electrónicas en la comunidad Cerro de Hayas.

Se realizó la entrevista al presidente de la comunidad que son los encargados de cuidar lo que es el Bosque Cerro de Hayas, con el fin de conocer y recoger opiniones directas de la persona que se encarga directamente del proyecto, quien encantado con el proyecto que se está realizando, lo cual le pareció una idea excelente para resaltar las bondades del sector entre las preguntas del cuestionario que se tiene una de ellas fue que casi conocía lo que era un E-book fotográfico lo cual dijo que si pero que no había visto ninguno a fondo ya que no está muy al tanto de la tecnología, por lo tanto para que él tenga conocimiento de lo que era un e-book le mostré el que se está haciendo para el proyecto, lo cual se quedó maravillado al ver las fotografías contenidas en el.

Esto hizo que tenga muchas ganas más de ser entrevistado ya que el vio reflejado un producto que va a dar a conocer a los turistas nacionales y extranjeros, le pareció muy bien el resultado y están a espera de la muestra terminada del E-book Fotográfico.

## **2.5. HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS**

### **2.5.1 Análisis PEST**

El análisis Pest consiste en hacer una investigación en la cual se ven reflejados los factores político, económico, social y tecnológico, en el que identifica los factores

externos en el impacto del proyecto y/o investigación a nivel del desarrollo turístico en el sector Cerro de Hayas.

**Factores Políticos:**

Fortalece la industria turística en el marco de los principios de desarrollo sostenible, respetando la riqueza cultural y natural del país, incentivando la generación y mantenimiento de las cadenas de valor de turismo, promoviendo la inclusión de la microempresa y de los actores de la economía popular y solidaria garantizando la seguridad y la calidad de los destinos turísticos mejorando las infraestructuras hoteleras. Asegurándose de promover la innovación y el conocimiento de los proveedores de servicios turísticos por medio de consultorías, capacitaciones y proyectos turísticos potenciando los destinos turísticos del país a través de la inversión del sector público y privado de la infraestructura, conectividad y promoción.

**Factor Económico:**

Uno de los factores económicos a los que nos enfrentamos recae en el costo de producción, y al ser un Libro virtual tenemos la ventaja de que se reduce la inversión en imprentas. así como esto representa beneficios económicos a largo plazo y poder contar con el mantenimiento del producto en plataformas digitales y su pago de distribución y publicidad concluimos que su inversión es menor y su distribución es masiva y llega a más personas que de manera física.

**Factor Social:**

En el factor social se destaca la oportunidad de una mayor interacción social, cultural y de ideas por el mismo hecho de que al ser un punto turístico, podemos conocer personas de distintas partes del país o el mundo.

**Factor Tecnológico:**

En este punto hay una ventaja enorme que nos da el desarrollo tecnológico global, el surgimiento de redes sociales, plataformas digitales y medios de comercialización mediante internet nos dan un gran abanico de alternativas para que este proyecto sea notable.

**2.5.2. Análisis DAFO (FODA)**

**Debilidades**

- Desconocimiento por parte de la comunidad sobre la tecnología para promocionar el sector turístico Cerro de Hayas mediante sitios web a través de un libro e-book fotográfico.
- Baja difusión o promoción de atractivos naturales de flora, fauna y gastronomía del bosque protector Cerro de Hayas.
- Bajo niveles de afluente turístico y por ende bajo ingresos en el sector Cerro de Hayas.

#### **Amenazas**

- Competencia de otras fuentes de desarrollo turístico.
- Generar poco interés por parte de la comunidad en apoyar iniciativas estratégicas para el desarrollo de turismo comunitario.

#### **Fortalezas**

- Recursos naturales de flora y fauna existente en el sector Cerro de Hayas
- Idea innovadora para la promoción y fortalecimiento turístico de la Comunidad Cerro de Haya.
- Buena presentación y calidad del libro e-book fotográfico
- Participación activa de los habitantes de la comunidad para realizar el proyecto de investigación del libro e-book fotográfico.

#### **Oportunidades**

- Contar con un libro e-book fotográfico, a través de un sitio web en el cual se expondrá el libro, con la finalidad de promocionar y atraer el turismo comunitario en el sector Cerro de Haya, posicionándolo como atractivo turístico nacional e internacional.
- la oportunidad de contar con recursos adecuados para la distribución del libro abarcando un mayor público.

### **2.5.3. Modelo CAPA**

#### **Corregir las debilidades**

- Socialización y presentación del libro “e-book fotográfico” a la comunidad, dando conocer esta iniciativa tecnológica que promoverá a promocionar y difundir el sector turístico Cerro de Hayas mediante sitios web a nivel nacional e

internacional, con la finalidad de aumentar el afluente turístico mejorando el desarrollo del turismo comunitario en el sector, para la generación de fuentes de empleo e ingresos socioeconómicos en el cantón Naranjal.

#### **Afrontar las amenazas**

- Mediante la promoción y difusión a través del sitio web a nivel nacional e internacional el sector turístico Cerro de Hayas será competitivo ya que demostrará al mundo sus atractivos naturales induciendo a las operadores nacionales e internacionales a incluir en los paquetes de turismo en el sector, esto motivará a la participación ya que generará actividades de desarrollo económico para los habitantes de la comuna.

#### **Potenciar las fortalezas**

- La riqueza natural de flora, fauna y gastronomía será difundida través de escenas fotográficas de calidad, que atraerá muchos turistas a conocer el sector Cerro de Haya del cantón Naranjal, incentivando a los habitantes a participar activamente en el desarrollo del proyecto, coadyuvando a mejorar su condición social y económica por medio del Book fotográfico en todos los medios de las redes sociales.

#### **Aprovechar oportunidades**

- Destacar el potencial tecnológico que tienen las plataformas digitales existentes que sean compatibles con el producto y tomando en cuenta la internet y el creciente uso de las redes sociales para la distribución del producto aprovechando así las redes sociales.

## **CAPITULO III. DESARROLLO DE LA PROPUESTA**

En esta sección se permitirá buscar la solución del problema de la falta de sitios donde se puedan mostrar imágenes de buena calidad en el cual se puedan exponer los diversos atractivos que posee este lugar turístico, mediante la implementación y desarrollo de un e-book fotográfico el cual será expuesto en las distintas páginas web o redes sociales para si dar a conocer a turistas nacionales e internacionales.

### **3.1. TÍTULO DE LA PROPUESTA**

Desarrollo de un E-book Fotográfico sobre la Flora, Fauna, Gastronomía, como Medio de Promoción, y Difusión Turística de las Siete Cascadas -Cerro de Hayas del Cantón Naranjal.

### **3.2. OBJETIVO DE LA PROPUESTA**

La presente investigación se realiza con el fin de desarrollar promocionar el turismo de la comunidad Siete Cascadas -Cerro de Hayas del cantón Naranjal, por medio de un “e-book fotográfico” o libro electrónico de fotografías, el mismo que se realizará por medio de la ejecución de herramientas de diseño gráfico como el fin de mostrar fotografías de dicho bosque y así contribuir con la promoción del turismo y lograr que los turistas de diferentes partes del Ecuador y del mundo visiten la reserva del bosque protector Cerro de Hayas donde encontrarán y disfrutarán de un paisaje natural de flora, fauna y gastronomía típica y deportes extremos.

### **3.3. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA**

Este proyecto tiene el propósito de expresar la realidad de la identidad propia de la comunidad y almacenar la memoria histórica, cultural y de riqueza natural por medio de fotografías que contengan la belleza escénica de más de 600 hectáreas de naturaleza pura, de esta manera se mostrarán los mejores atractivos turísticos, por medio de un libro electrónico o digital, resaltando cada lugar con tomas de imágenes de calidad, describiéndolas por medio de fotografías y pequeños párrafos explicativos sobre los paisajes de este sector natural que ofrece una gran variedad de actividades agro-turísticas ecológica, provenientes de sus propios recursos naturales, que servirán para exponer al mundo un lugar que pueda convertirse en una fuente de visita, ingreso y desarrollo de turismo comunitario - ecológico de nivel internacional, generadora de divisas proveniente del turismo Ecuatoriano.

Se hace este proyecto para dar mayor realce a la identidad, naturaleza y origen a la investigación y que las personas que no conocen el sector puedan observar y apreciar las bondades y riquezas de este sitio o paisaje natural y en cualquier momento decidan visitar la Comunidad Siete Cascadas de Cerro de Hayas.

### 3.3.1 Estado inicial de proyecto

Después de realizar la búsqueda del nombre del proyecto de tesis, se escogió el tema Desarrollo de un E-book Fotográfico sobre la Flora, Fauna, Gastronomía, como Medio de Promoción, y Difusión Turística de las Siete Cascadas -Cerro de Hayas del Cantón Naranjal, se realizaron las investigaciones para este proyecto,, en la búsqueda de información y recopilación de datos se han encontrado algunas tesis parecidas pero de otros lugares turísticos del país, las cuales se basan en proyectos de fotografía, de hotelería y turismo o proyectos de balances económicos de diferentes lugares y también del lugar de estudio lo cual es una ventaja para esta investigación puesto que no hay expuesto un libro de fotografía y menos de forma digital de este sector por lo cual el proyecto fotográfico es el primero en realizarse a través de la carrera de diseño gráfico de forma digital e impresa esto diferencia este proyecto ante las demás investigaciones, las cuales han servido de referencia para hacer un estudio completo nivel de fotografía-turismo-economía e infraestructura.

### 3.3.2 Requerimientos de desarrollo

Para desarrollar esta propuesta se necesita tener los materiales de trabajo tanto físico como digitales tal es el caso se necesita de una computadora con los programas de diseños como Illustrator, Photoshop, InDesign.

### 3.3.3. Requerimientos técnicos

Tabla N. 1. Requerimientos técnicos

| Cantidad | Ítems                           | Descripción   |
|----------|---------------------------------|---|
| 1        | Computadora                     | PC de Escritorio<br>Procesador Core i5<br>Memoria RAM de 8Gb<br>Tarjeta Gráfica de 2Gb<br>Mouse, Teclado y Parlantes<br>1 monitores de Alta Resolución. |
| 1        | Aplicaciones o paquete de adobe | Photoshop, Illustrator, InDesign, etc.  |
| 1        | Internet                        | De banda ancha de 15 gigas  |
|          | Copias de impresión             | Para la creación y desarrollo del libro,<br>pruebas de color  |
| 3        | Navegadores web                 | Google Chrome, Firefox, Mozilla   |
| 2        | Dropbox                         | Gmail, Dropbox, donde se guardan los<br>archivos  |
| 1        | Cámara fotográfica              | Para hacer las tomas fotográficas del<br>sector de estudio  |

Fuente: Morales, 2019

### 3.3.4. Requerimientos operativos

Tabla N. 2. Requerimientos operativos

| Cantidad | Descripción       | Funciones   |
|----------|-------------------|---|
| 1        | Diseñador Gráfico | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Realiza investigaciones que traten sobre el tema a investigar etc.</li> <li>● Diseño de logotipo para el E-book Fotográfico en Illustrator</li> <li>● Diseño y Desarrollo de e-book fotográfico en programa de InDesign</li> <li>● Retoque de fotografía en el programa de Photoshop y Lightroom.</li> <li>● Toma de fotografías en el lugar turístico</li> <li>● Utilización de la colorimetría o Psicología del color</li> </ul> |

Fuente: Morales, 2020

## 3.3.5. Requerimientos económicos

Tabla N. 3. Requerimientos económicos.

| Recurso                    | Descripción  | Cantidad | Precio unitario | Precio Total |
|----------------------------|--|----------|-----------------|--------------|
| Computadora                | PC de Escritorio<br>Procesador Core i5<br>Memoria RAM de 8Gb<br>Tarjeta Gráfica de 2Gb<br>Mouse, Teclado y Parlantes<br>1 monitores de Alta Resolución | 1        | \$1600,00       | \$1600,00    |
| Browser                    | Google Chrome versión 39.0<br>Mozilla 39.0<br>Firefox 39.0   | 1        | \$0.00          | \$0.00       |
| Diseñador                  | Desarrollo de book<br>photographic   | 6 meses  | \$1000.00       | \$1000.00    |
| Internet                   | Velocidad de 15 Mbps   | 6 meses  | \$50.00         | \$300.00     |
| Paquete de Adobe           | Adobe Photoshop, Adobe<br>Illustrator, Adobe InDesign  | 6 meses  | \$80.00         | \$480.00     |
| Software de<br>modelado 3D | Cinema 4D  | 1        | \$0.00          | \$0.00       |
| Hospedaje Web              | <a href="https://www.yumpu.com/">https://www.yumpu.com/</a>  |          | \$0.00          | \$0.00       |
| Respaldo en Nube           | Gmail- Dropbox 2GB   | 1        | \$0.00          | \$0.00       |
| Cámara<br>fotográfica      | Canon  | 1        | \$1200.00       | \$1200.00    |
| Gastos de<br>investigación | Viajes al lugar de estudio   |          |                 | \$500.00     |
| Imprevistos                |  |          |                 | \$200.00     |
| Total                      |  |          |                 | \$ 5.280     |

Fuente: Morales, 2020

### 3.3.6. Planificación de desarrollo de actividades

Tabla N. 4. Planificación de desarrollo de actividades

| Actividades                            | Mes 1 | Mes 2 | Mes 3 | Mes 4 | Mes 5 | Mes 6 |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Recopilación de información primaria   | xxxx  | xxxx  | xxxx  |       |       |       |
| Recopilación de información secundaria | xxxx  | xxxx  | xxxx  |       |       |       |
| Desarrollo de tesis                    | xxxx  | xxxx  | xxxx  |       |       |       |
| Investigación de campo                 | xxxx  | xxxx  | xxxx  | xxxx  |       |       |
| Fotografías de campo                   |       | xxxx  | xxxx  | xxxx  |       |       |
| Elaboración libro e-book fotográfico   |       |       | xxxx  | xxxx  | xxxx  | xxxx  |
| Sistematización de información         |       |       |       | xxxx  | xxxx  | xxxx  |
| Entrevistas - encuestas                |       |       | xxxx  | xxxx  |       |       |
| Interpretación de resultados           |       |       |       |       | xxxx  | xxxx  |
| Redacción de tesis                     | xxxx  | xxxx  | xxxx  | xxxx  | xxxx  | xxxx  |
| Revisión de tesis                      |       |       | xxxx  |       |       |       |
| Aprobación de tesis                    |       |       |       |       |       | xxxx  |
| Sustentación                           |       |       |       |       |       | xxxx  |

Fuente: Morales, 2020

### 3.3.7. Fase 1: Planteamiento de Idea

La idea del proyecto de tesis se la consideró por la poca promoción turística que tenía el Cerro de Hayas- 7 cascadas, a nivel de sitios web por la falta de conocimiento de los habitantes de este sector turístico en base a la fotografía, por eso se busca hacer un libro fotográfico en el cual se puedan observar todos los atractivos turísticos del bosque, este libro será expuesto en las diferentes redes sociales. Será una forma llamativa para promocionar el bosque por medio de las fotografías expuestas en la misma.



*Imagen N. 1. Mockup del E-book*

Fuente: Morales, 2020

### **Boceto de marca gráfica del libro**

Se hicieron varias opciones de bocetos para el diseño de la marca gráfica del libro en lo cual se buscaba que sea llamativo en primera opción dado que el logo actual del bosque cerro de hayas es muy colorido se buscó poner los colores parecidos, viendo la dificultad de utilizar tantos colores después se optó por colores minimalistas máximo dos colores para que sea llamativo y a la vez simplista véase (Anexos 12).



*Imagen N. 2. Logo del E-book Fotográfico*

Fuente: Morales, 2020

### **Composición de logotipo del libro**

Al ser un libro digital de fotografía se busca algo sencillo que represente al lugar expuesto en el libro el cual sugiere a una especie de ave como es el tucán de pecho amarillo que es representativo del sector.

- La fuente que se usó es la Oswald regular de 60px para la palabra Cerro de Hayas. Se la utiliza en diseño gráfico tanto como en la web, su predominio es su origen condensada. Es muy utilizada en su estilo bolt, excelente para cabeceras y banners ya que transmite una sensación de impacto y seriedad.
- La fuente que se usó es la Palace script mt regular para el logotipo la palabra 7 Cascada. Es una escritura que llama la atención ya que su fuerte es ser tipo manuscrita, lo que es excelente para títulos, ya que da un aire de estar grabada o escrita a mano

- El color de la tipografía se usó el color negro por ser lo más minimalista posible.
- El código del color de la ilustración fue el negro color RGB 333333
- El código de color para el Orange es FF9900 véase (Anexo 5).



Imagen N. 3. Ilustraciones de Marca Gráfica del Libro

Fuente: Morales, 2020



ORANGE RGB  
FF9900

|   |     |
|---|-----|
| C | 0%  |
| M | 48% |
| Y | 93% |
| K | 0%  |

|   |     |
|---|-----|
| R | 255 |
| G | 153 |
| B | 0   |

|   |      |
|---|------|
| H | 35   |
| S | 100% |
| Y | 100% |



NEGRO RGB  
333333

|   |     |
|---|-----|
| C | 69% |
| M | 60% |
| Y | 56% |
| K | 66% |

|   |    |
|---|----|
| R | 51 |
| G | 51 |
| B | 51 |

|   |     |
|---|-----|
| H | 59  |
| S | 0%  |
| Y | 20% |

Imagen N. 4. Color Cromático del Logo del E-book Fotográfico

Fuente: Morales, 2020

**La tipografía utilizada para el logo del E-book fotográfico.**

Oswald regular de 60px

|             |             |             |             |             |             |             |             |
|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 49<br>0x30  | 49<br>0x31  | 50<br>0x32  | 51<br>0x33  | 52<br>0x34  | 53<br>0x35  | 54<br>0x36  | 55<br>0x37  |
| 0           | 1           | 2           | 3           | 4           | 5           | 6           | 7           |
| 56<br>0x38  | 57<br>0x39  | 58<br>0x3A  | 59<br>0x3B  | 60<br>0x3C  | 61<br>0x3D  | 62<br>0x3E  | 63<br>0x3F  |
| 8           | 9           | :           | ;           | <           | =           | >           | ?           |
| 64<br>0x40  | 65<br>0x41  | 66<br>0x42  | 67<br>0x43  | 68<br>0x44  | 69<br>0x45  | 70<br>0x46  | 71<br>0x47  |
| @           | A           | B           | C           | D           | E           | F           | G           |
| 72<br>0x48  | 73<br>0x49  | 74<br>0x4A  |             |             |             |             |             |
| 74<br>0x4A  | 75<br>0x4B  | 76<br>0x4C  | 77<br>0x4D  | 78<br>0x4E  | 79<br>0x4F  | 80<br>0x50  | 81<br>0x51  |
| J           | K           | L           | M           | N           | O           | P           | Q           |
| 82<br>0x52  | 83<br>0x53  | 84<br>0x54  | 85<br>0x55  | 86<br>0x56  | 87<br>0x57  | 88<br>0x58  | 89<br>0x59  |
| R           | S           | T           | U           | V           | W           | X           | Y           |
| 90<br>0x5A  | 91<br>0x5B  | 92<br>0x5C  | 93<br>0x5D  | 94<br>0x5E  | 95<br>0x5F  | 96<br>0x60  | 97<br>0x61  |
| Z           | [           | ]           | ^           | -           | '           |             | a           |
| 98<br>0x62  | 99<br>0x63  | 100<br>0x64 | 101<br>0x65 | 102<br>0x66 | 103<br>0x67 | 104<br>0x68 | 105<br>0x69 |
| b           | c           | d           | e           | f           | g           | h           | i           |
| 106<br>0x6A | 107<br>0x6B | 108<br>0x6C | 109<br>0x6D | 110<br>0x6E | 111<br>0x6F | 112<br>0x70 | 113<br>0x71 |
| j           | k           | l           | m           | n           | o           | p           | q           |
| 114<br>0x72 | 115<br>0x73 | 116<br>0x74 |             |             |             |             |             |

Imagen N. 5. Tipografía del Título Logo para Cerro de Hayas

Fuente: Morales, 2020

**La tipografía utilizada para el logo del E-book Fotográfico**

Palace script mt regular

|    |   |
|----|---|
| 8  | <i>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.</i> |
| 10 | <i>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.</i> |
| 12 | <i>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.</i> |
| 14 | <i>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.</i> |
| 16 | <i>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.</i> |
| 18 | <i>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.</i> |
| 24 | <i>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.</i> |
| 36 | <i>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.</i> |
| 48 | <i>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.</i> |
| 60 | <i>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.</i> |
| 72 | <i>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.</i> |

Imagen N. 6. Tipografía del Subtítulo Logo para 7 Cascadas

Fuente: Morales, 2020

### Código cromático para marca gráfica del logo del libro


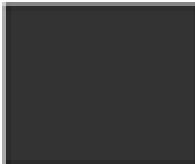
|   |  |     |   |      |   |      |   |    |   |   |     |   |     |   |     |   |     |
|---|--|-----|---|------|---|------|---|----|---|---|-----|---|-----|---|-----|---|-----|
|    |  |     |   |      |   |      |   |    |   |   |     |   |     |   |     |   |     |
| <b>ORANGE RGB</b>   | <b>NEGRO RGB</b>   |     |   |      |   |      |   |    |   |   |     |   |     |   |     |   |     |
| <b>FF9900</b>   | <b>333333</b>  |     |   |      |   |      |   |    |   |   |     |   |     |   |     |   |     |
| <table border="1"> <tr><td>C</td><td>0%</td></tr> <tr><td>M</td><td>48%</td></tr> <tr><td>Y</td><td>93%</td></tr> <tr><td>K</td><td>0%</td></tr> </table> | C  | 0%  | M | 48%  | Y | 93%  | K   | 0% | <table border="1"> <tr><td>C</td><td>69%</td></tr> <tr><td>M</td><td>60%</td></tr> <tr><td>Y</td><td>56%</td></tr> <tr><td>K</td><td>60%</td></tr> </table> | C | 69% | M | 60% | Y | 56% | K | 60% |
| C   | 0%   |     |   |      |   |      |   |    |   |   |     |   |     |   |     |   |     |
| M   | 48%  |     |   |      |   |      |   |    |   |   |     |   |     |   |     |   |     |
| Y   | 93%  |     |   |      |   |      |   |    |   |   |     |   |     |   |     |   |     |
| K   | 0%   |     |   |      |   |      |   |    |   |   |     |   |     |   |     |   |     |
| C   | 69%  |     |   |      |   |      |   |    |   |   |     |   |     |   |     |   |     |
| M   | 60%  |     |   |      |   |      |   |    |   |   |     |   |     |   |     |   |     |
| Y   | 56%  |     |   |      |   |      |   |    |   |   |     |   |     |   |     |   |     |
| K   | 60%  |     |   |      |   |      |   |    |   |   |     |   |     |   |     |   |     |
| <table border="1"> <tr><td>R</td><td>255</td></tr> <tr><td>G</td><td>153</td></tr> <tr><td>B</td><td>0</td></tr> </table>                                 | R  | 255 | G | 153  | B | 0    | <table border="1"> <tr><td>R</td><td>51</td></tr> <tr><td>G</td><td>51</td></tr> <tr><td>B</td><td>51</td></tr> </table>  | R  | 51  | G | 51  | B | 51  |   |     |   |     |
| R   | 255  |     |   |      |   |      |   |    |   |   |     |   |     |   |     |   |     |
| G   | 153  |     |   |      |   |      |   |    |   |   |     |   |     |   |     |   |     |
| B   | 0  |     |   |      |   |      |   |    |   |   |     |   |     |   |     |   |     |
| R   | 51   |     |   |      |   |      |   |    |   |   |     |   |     |   |     |   |     |
| G   | 51   |     |   |      |   |      |   |    |   |   |     |   |     |   |     |   |     |
| B   | 51   |     |   |      |   |      |   |    |   |   |     |   |     |   |     |   |     |
| <table border="1"> <tr><td>H</td><td>35</td></tr> <tr><td>S</td><td>100%</td></tr> <tr><td>Y</td><td>100%</td></tr> </table>                              | H  | 35  | S | 100% | Y | 100% | <table border="1"> <tr><td>H</td><td>59</td></tr> <tr><td>S</td><td>0%</td></tr> <tr><td>Y</td><td>20%</td></tr> </table> | H  | 59  | S | 0%  | Y | 20% |   |     |   |     |
| H   | 35   |     |   |      |   |      |   |    |   |   |     |   |     |   |     |   |     |
| S   | 100%   |     |   |      |   |      |   |    |   |   |     |   |     |   |     |   |     |
| Y   | 100%   |     |   |      |   |      |   |    |   |   |     |   |     |   |     |   |     |
| H   | 59   |     |   |      |   |      |   |    |   |   |     |   |     |   |     |   |     |
| S   | 0%   |     |   |      |   |      |   |    |   |   |     |   |     |   |     |   |     |
| Y   | 20%  |     |   |      |   |      |   |    |   |   |     |   |     |   |     |   |     |

Imagen N. 7. Código Cromático para Marca Gráfica del Logo del E-book

Fuente: Morales, 2020

#### 3.3.8. Fase 2: Diagramación del libro

La diagramación interna del libro está realizada de la manera más limpia y simplista puesto que como es un libro de fotografía lo único que debe resaltar son las tomas fotográficas realizadas en el sector turístico para tener un mejor visión y que la persona no se canse de observarlas sino que quiera conocer el sitio en cualquier momento que desee los colores van de acuerdo a la idea de la naturaleza, colores vivos resaltando cada uno de los atractivos existentes en el lugar para no generar ninguna tensión visual, se buscó una tipografía que sea legible que se pueda leer sin cansar la vista puesto como son fotografías su descripción debe ser breve y concisa. Al ser una elaboración de libro electrónico su presentación se aplicará en forma digital, colores RGB que son los colores adecuados para cualquier tipo de dispositivo electrónico, siendo adecuado para su lectura en cualquier dispositivo. Tendrá un contenido fotográfico y una medida general de 20 cm de ancho x 20 cm de alto, puesto que está desarrollado para ser un libro digital se

establecerá las medidas para ser apreciado en formato RGB el cual es el preciso para exponer por medios electrónicos, aunque al realizarlo es como cualquier libro normal que puede ser impreso en formato CMYK adaptando sus medidas para impresión.

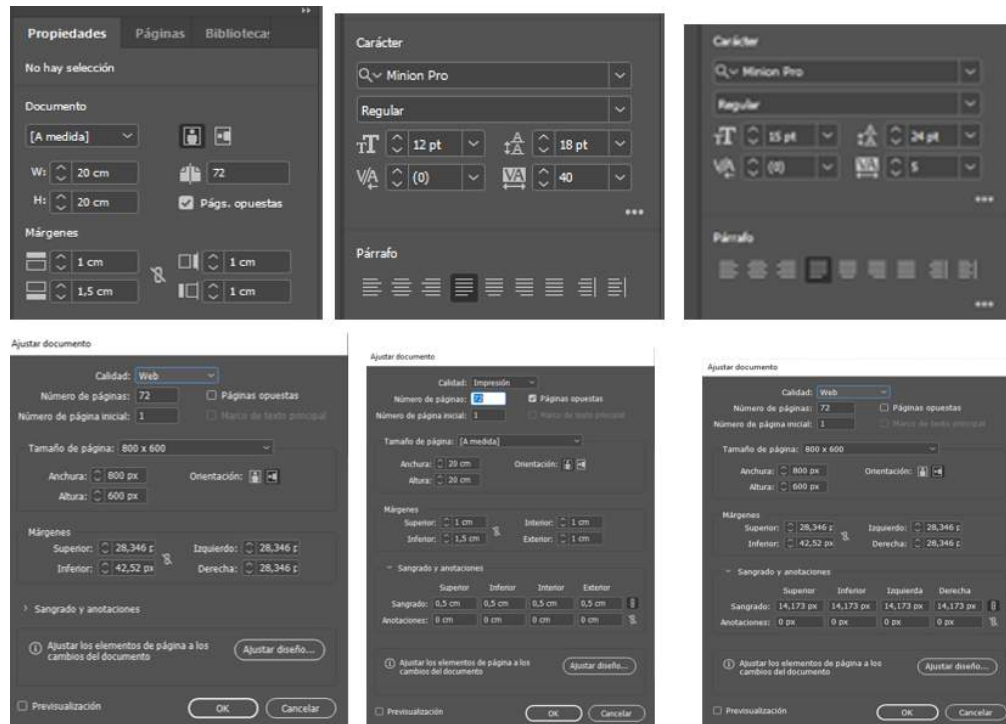


Imagen N. 8. Medidas de Tracking del Kerning e Interlineado

Fuente: Morales, 2020

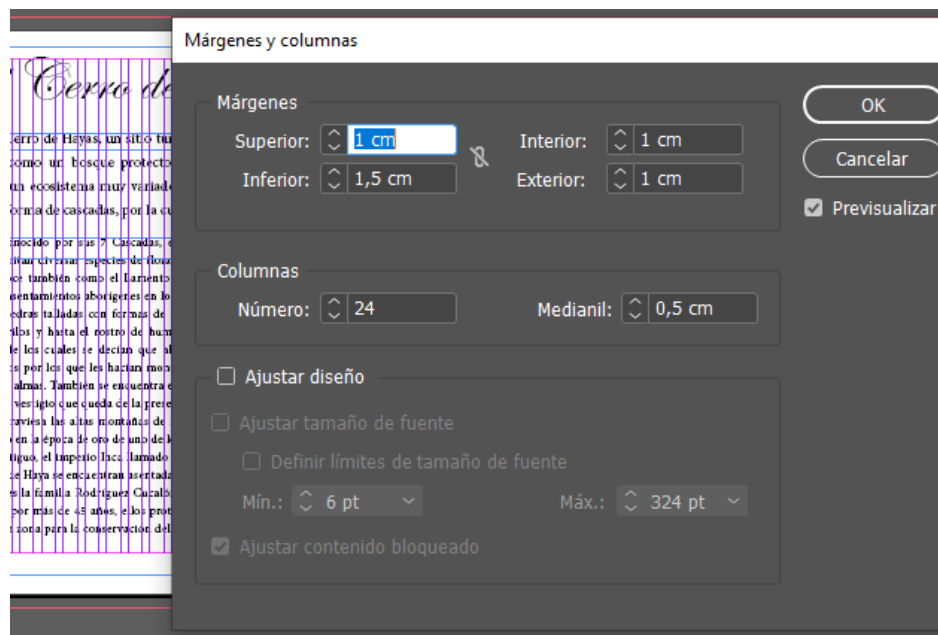


IMAGEN N. 9. Márgenes y Columnas del E-book Fotográfico

Fuente: Morales, 2020

## Formato del libro

El libro al tener formato digital no requiere ser impreso, será expuesto tal y como es un libro normal, como si fuera a exponerse físicamente lo cual tiene las mismas dimensiones, retícula, diagramación, tipografía etc., la única diferencia es que es un libro electrónico y que va a estar expuesto en las diferentes redes sociales y plataformas digitales compatibles.



Imagen N. 10. Medidas del Libro en Centímetros

Fuente: Morales, 2020

### Bocetos del e-book fotográfico

Se escogió tres bocetos para la portada en el cual estará basado en una fotografía.

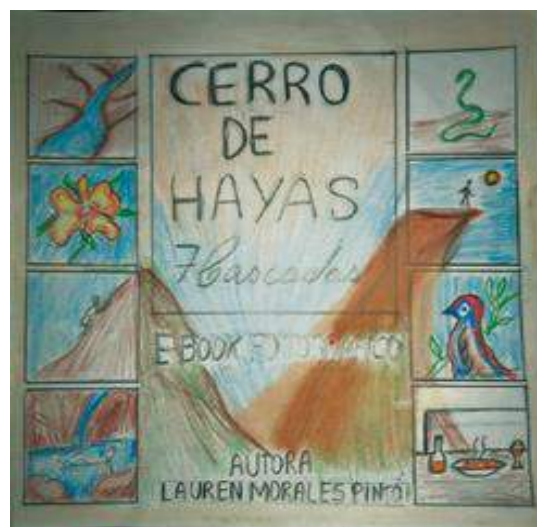


Imagen N. 11. Boceto Portada # 1

Fuente: Morales, 2020

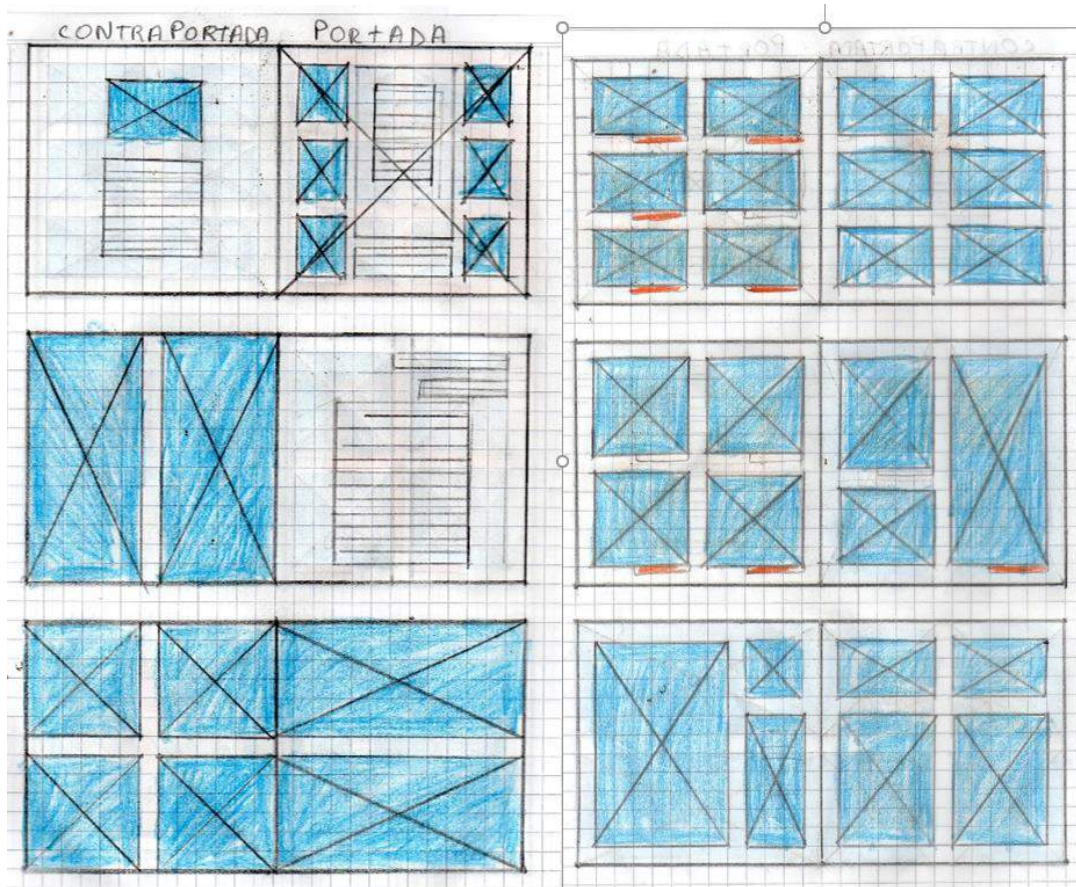


Imagen N. 12. boceto de páginas internas opción 1

Fuente: Morales, 2020

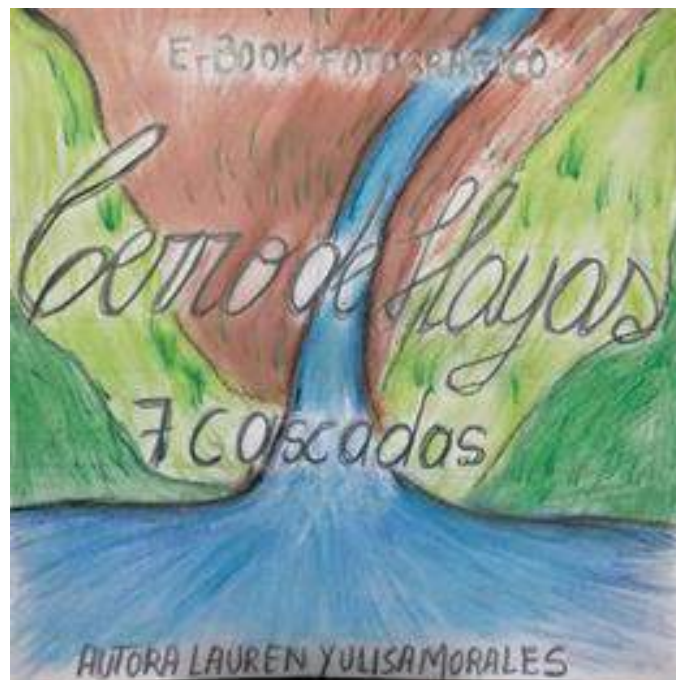


Imagen N. 13. Boceto Portada # 2

Fuente: Morales, 2020

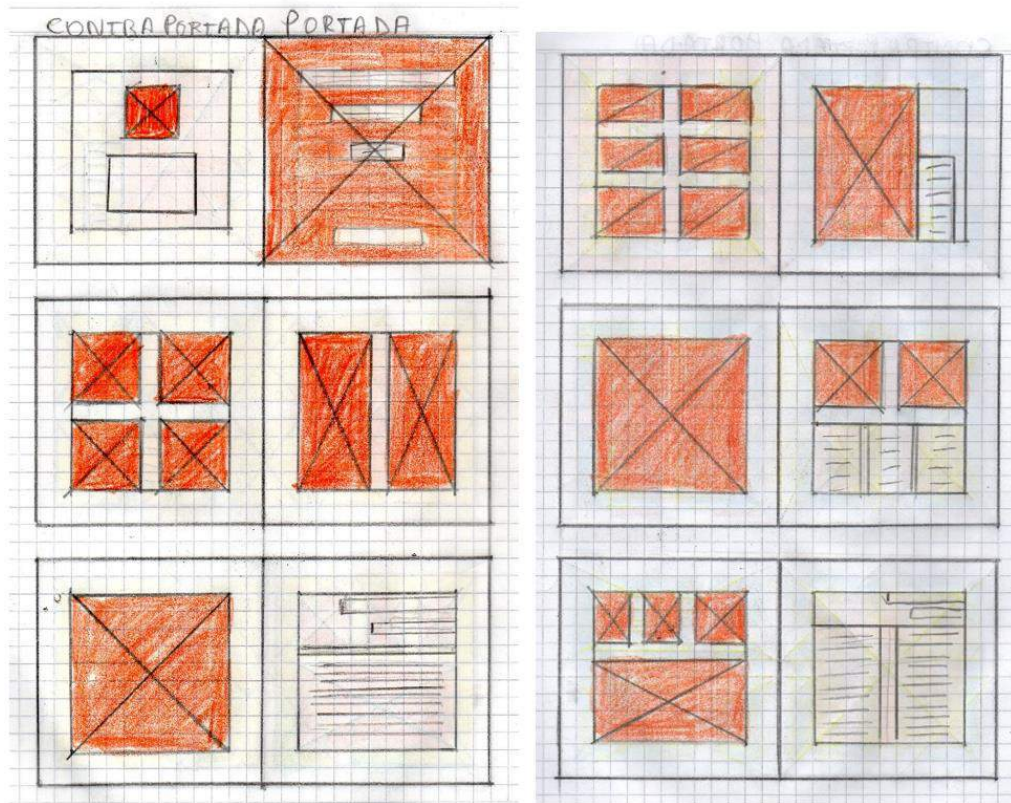


Imagen N. 14. Boceto de páginas internas opción 2

Fuente: Morales, 2020

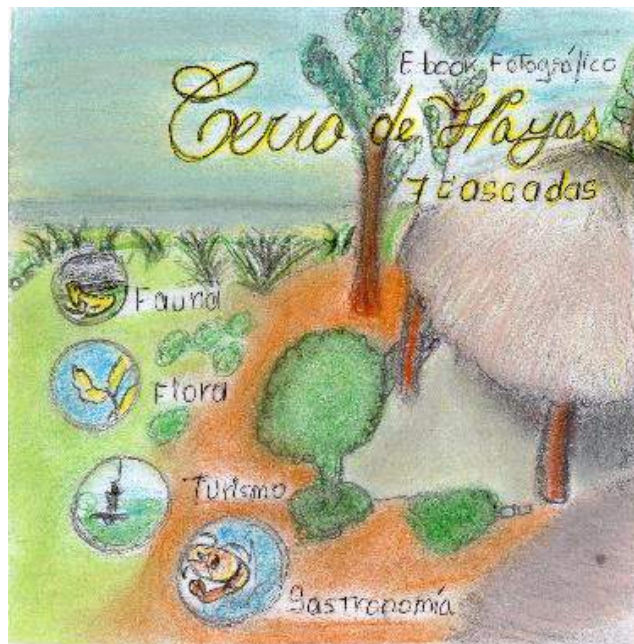


Imagen N. 15. Boceto Portada # 3

Fuente: Morales, 2020

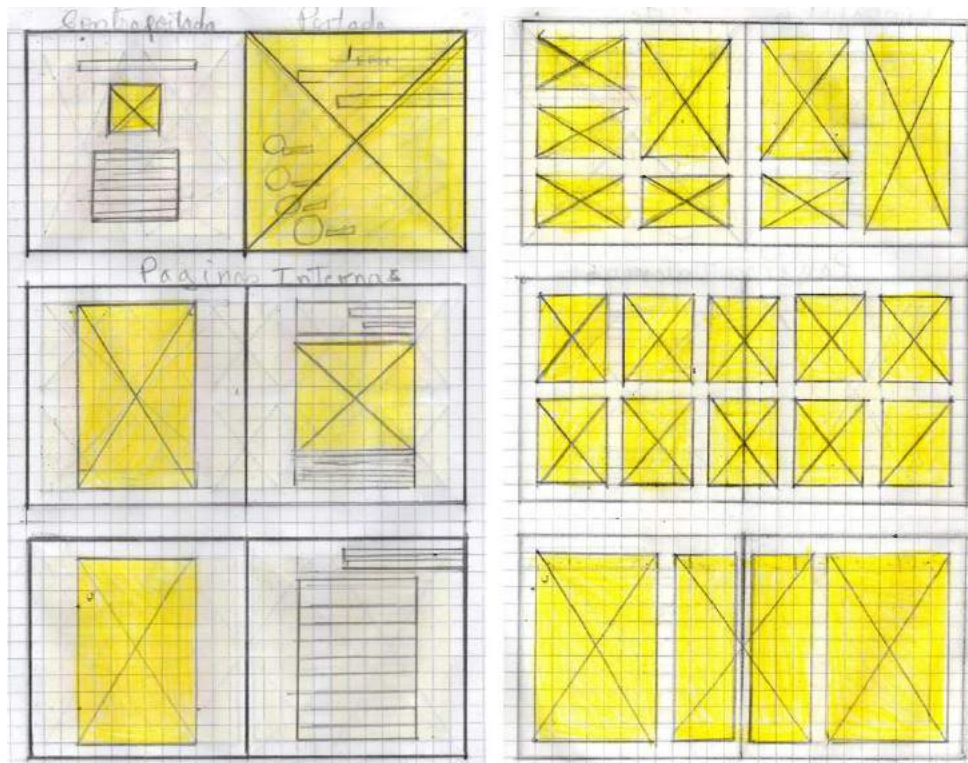


Imagen N. 11. Boceto de páginas internas opción 3

Fuente: Morales, 2020

### **Captura de Pantalla Fotográfica**

Las capturas fotográficas del diseño de portada contraportada y hojas internas del e-book fotográfico serán hechas en Illustrator, Photoshop e InDesign respectivamente. Véase en (anexo...)

### **Retoque Fotográfico**

El retoque fotográfico que se les realizará a las fotografías será lo menos posible ya que la mejor fotografía es la que tenga una luz natural y que esté bien expuesta para el libro, mediante filtros se cambió el ambiente, el cambio de contraste, saturación. Se utilizó 5 herramientas en Photoshop para tratamiento de imagen como son:

- Cámara raw
- Corrección Selectiva
- Filtro de Fotografía
- Equilibrio de color
- Niveles

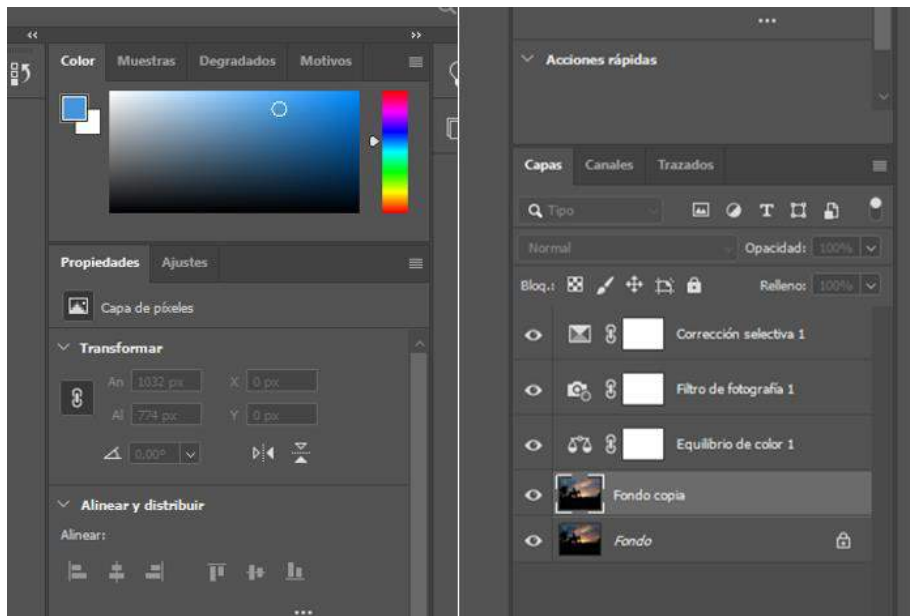


Imagen N. 17 Línea Gráfica de las Fotografías

Fuente: Morales, 2020

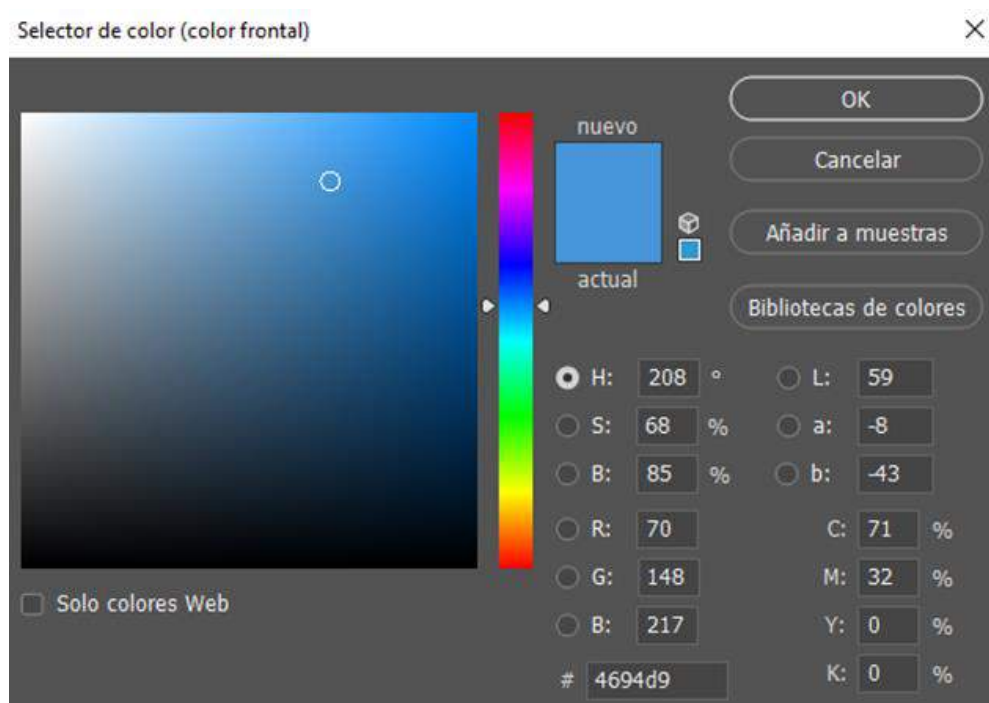


Imagen N. 18. Selección de Color para Retoque Fotográfico

Fuente: Morales, 2020

## Manejo de contenido interno del E-book

El manejo de contenido estará basado en las fotografías del bosque protector Cerro de Hayas 7 Cascadas más la gastronomía, la flora y la fauna que existen en el objetivo de estudio y más la información será recogida y expuesta en la parte inferior de la fotografía.

## Maquetación

La maquetación del libro será presentada según se requiera y según como las fotografías hayan sido tomadas en forma vertical u horizontal con pie de párrafos pequeños

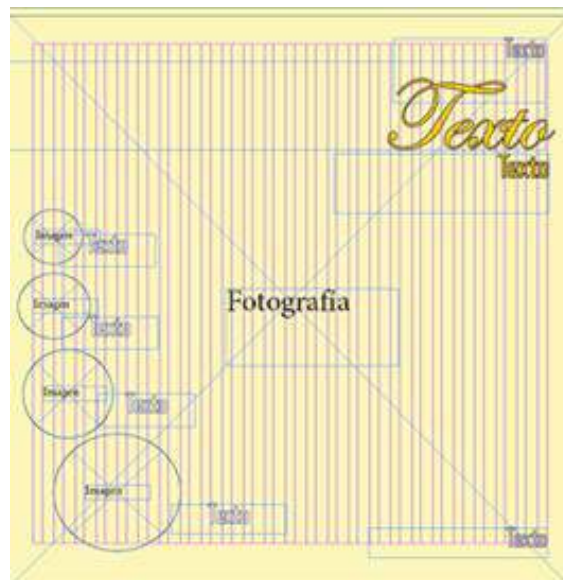


Imagen N. 12. Boceto Maquetación del -Ebook Fotográfico

Fuente: Morales, 2020

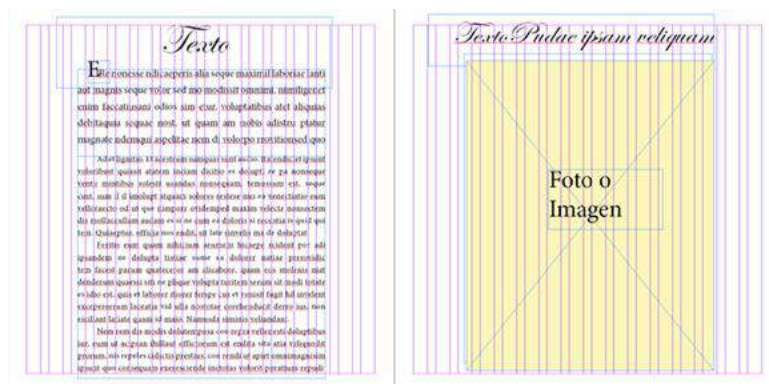


Imagen N. 13. Boceto Maquetación del -Ebook Fotográfico

Fuente: Morales, 2020

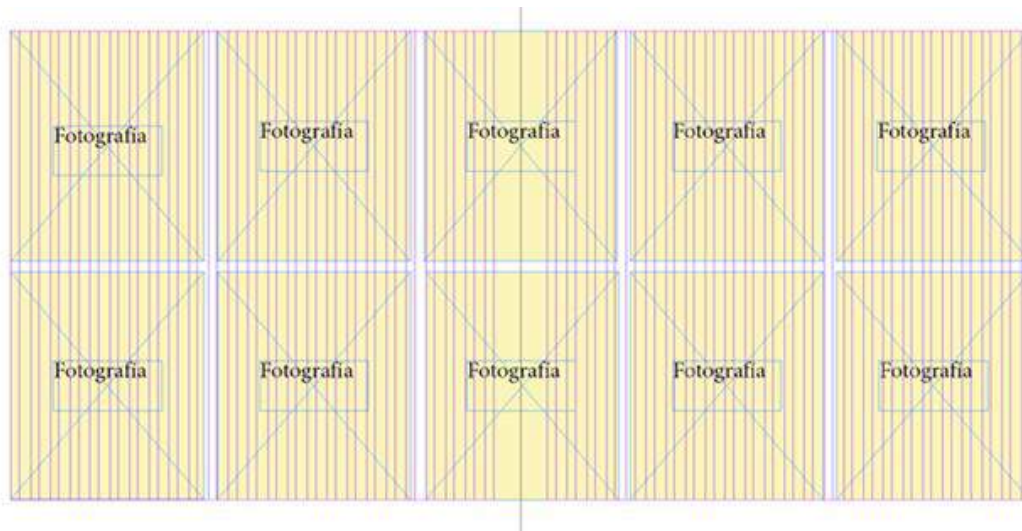


Imagen N. 14. Boceto Maquetación del -Ebook Fotográfico

Fuente: Morales, 2020

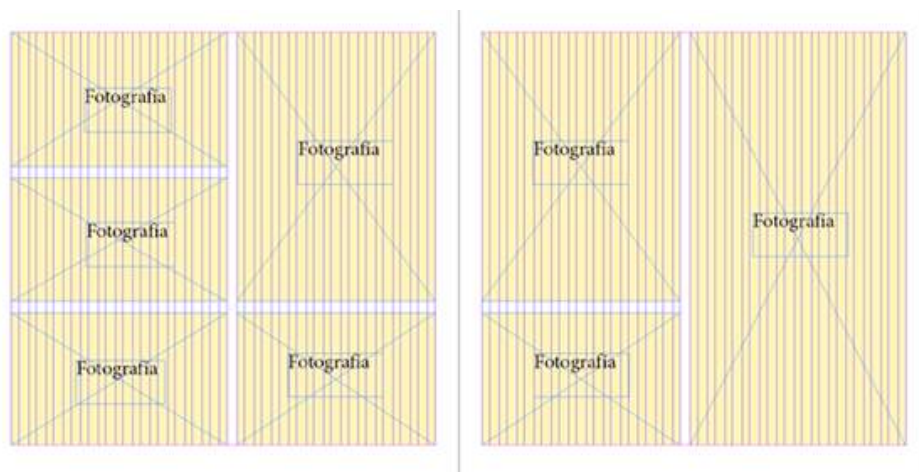


Imagen N. 15. Boceto Maquetación del -Ebook Fotográfico

Fuente: Morales, 2020

### Forma de página

La forma de la página cuadrada con una dimensión de 20\*20 cm y el fondo será totalmente blanco para que resalten las fotografías.

### Retícula

Par la distribución de la parte interna del e-book fotográfico editorial se utilizó varios tipos de retículas puesto que el libro al tener diferentes fotografías y por su tamaño varían como principal elemento, para destacar las fotos la retícula puede ser de una sola columna tipo manuscrita para colocar la información del texto, como el con un margen de 1 centímetro de afuera hacia adentro, el total utilizado es de 19cm \* 19cm de alto, con esto dará un mayor respiro las fotografías con párrafos pequeños de una sola medida de

ancho y centrado esto hacen que el lector se centre en las fotografías y quiera leer lo que se exponen en la misma dando dinamismo, tranquilidad y a la vez admiración de lo que observa.

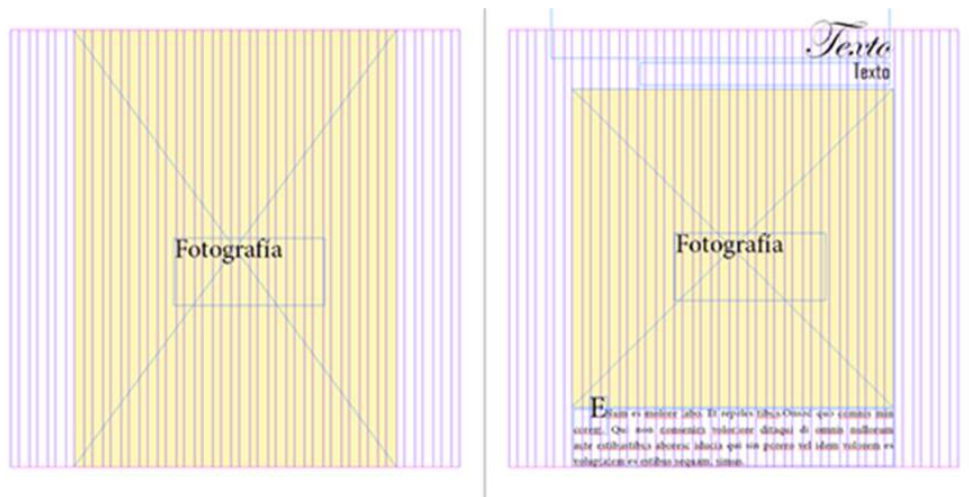


Imagen N. 16 Boceto Maquetación y Reticula del Libro

Fuente: Morales, 2020

## Márgenes

Los márgenes tomados en cuenta para el libro son de 1cm por cada lado dado, que el libro tiene 20 cm \* 20cm se contará con 19 cm \* 19 cm para colocar la retícula manuscrita y la fotografías

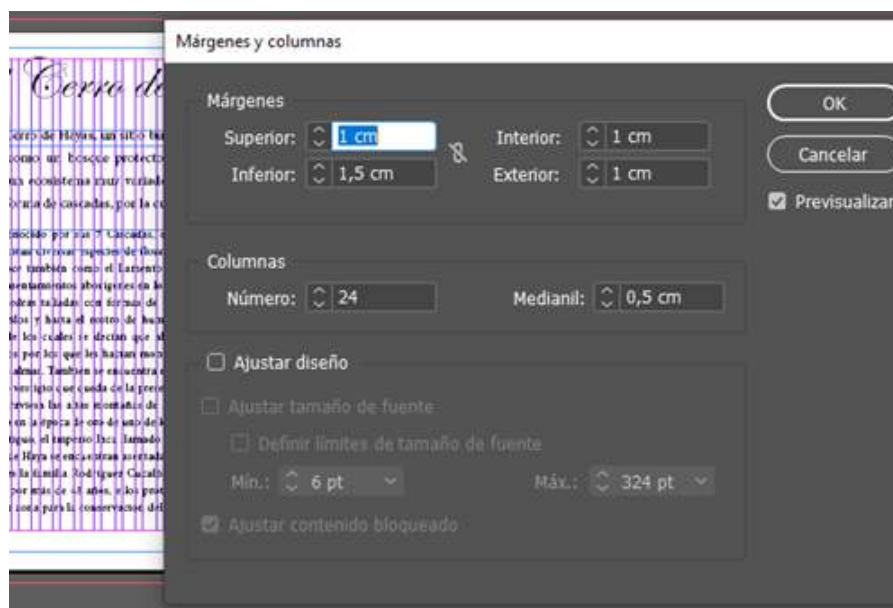


Imagen N. 17. Boceto Maquetación Margenes y Columnas

Fuente: Morales, 2020

## Tipografía

La tipografía usada en el libro será la más legible posible puesta en pequeños párrafos, título y subtítulos como es un libro de fotografía será expuesto en las redes sociales se busca un tipo de letra que sea mejor para la lectura lo cual se optará por la tipografía Minion Pro regular para exponerla en la red ya que es una tipografía de fácil lectura.

### Minion pro regular

- La tipografía utilizada en el libro en la parte interna para los párrafos.
- Se optará también de la lineación centrada en algunas secciones del libro y de alineación a la izquierda para los párrafos cortos



*Imagen N. 18. Tipografía interna para Párrafos del E-book*

Fuente: Internet, 2020

## Tipografía utilizada para la portada del libro

### Edwardian Script ITC

- Para la portada se tiene la tipografía Edwardian Script ITC de 100 puntos se la utilizó para la portada y los títulos de las paginas internas del e-book. Con una medida de 60 puntos.



Imagen N. 19. Tipografía para la Portada y Títulos internos

Fuente: Internet 2020

- **Agency FB regular**
- En la parte externa del libro se la utilizo para la portada y en la parte interna para los subtítulos.

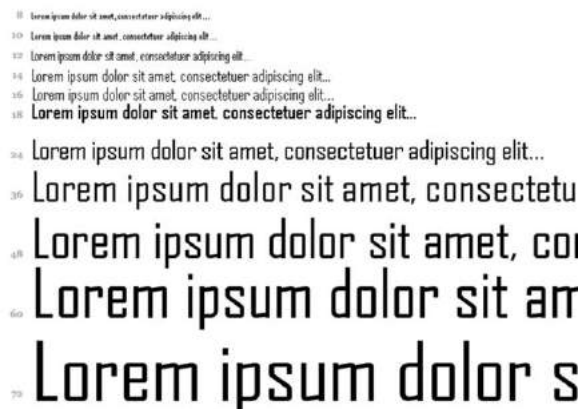


Imagen N. 20. Tipografía para Subtítulos de la Portada y Subtítulos Internos

Fuente: Morales, 2020

## Color

La línea gráfica de este proyecto está basado en los colores RGB, los cuales se buscan colores vivos para armonizar e implementar un código cromático especial, el mismo que se busca que exprese o transmita elegancia, alegría, plenitud, dinamismo y belleza y tranquilidad, lo cual es primordial para el diseño de un libro de turismo y como principal punto de enfoque es el agua y la tipografía que está expuesta en la portada busca dar un toque de elegancia la contraportada se expondrá de color azul verdoso y las secciones del mismo llevar la tipografía en color negro y las páginas internas son de fondo blanco ya que al ser un e-book fotográfico que refiere a la naturaleza como es verde este le dará mucho realce, le dará un toque natural al mismo y en las distintas secciones del libro el azul como filtro elegido para las diferentes fotografías.

- **El azul clásico**

para la línea gráfica de las fotografías, tienen este código ya que al ser imágenes destinadas a la red de internet se busca una identidad diferente de las originales. Este representa un comienzo un nuevo día, el cielo azul, el mar también representa a la tranquilidad también ofrece relajación como este libro es una exposición de la naturaleza este es el color que más lo representa.

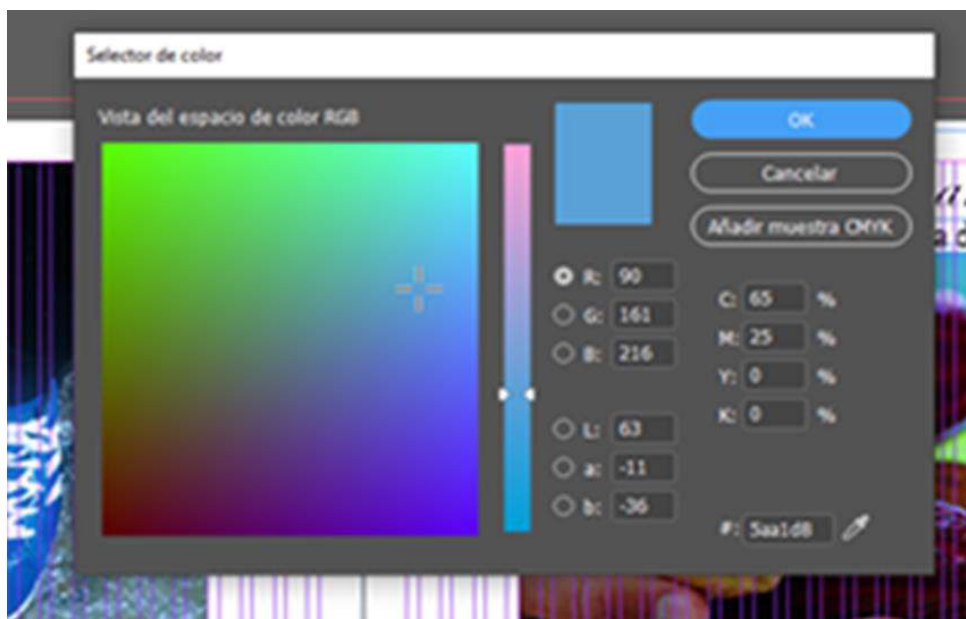


Imagen N. 21. Línea Gráfica del E-book color Azul Clasico

Fuente: Morales, 2020

- **Dorado**

Se busco ese color para la tipografía principal el cual se vea reflejado con elegancia código cromático ffd700.El dorado representa a la elegancia entusiasmo alegría exaltación etc. este Color se utilizará para la tipografía de la portada y contraportada

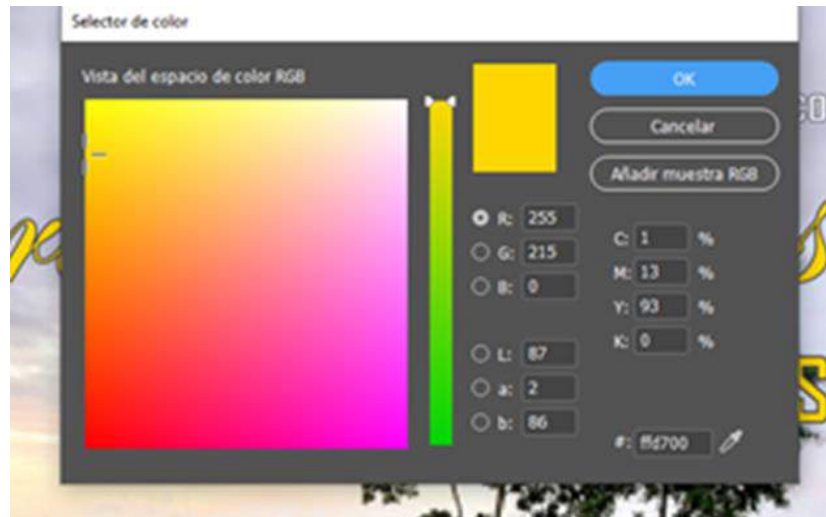


Imagen N. 22. Línea Gráfica de libro Colorimetria

Fuente: Morales, 2020

- **El blanco**

Representa lo puro e inocente, representa la limpieza, lo pacífico y lo virtuoso en otras culturas representa al alma y la muerte. este escogido para las páginas interiores para dar pulcritud, pureza y claridad y así las fotografías resalten con sus colores vivos.

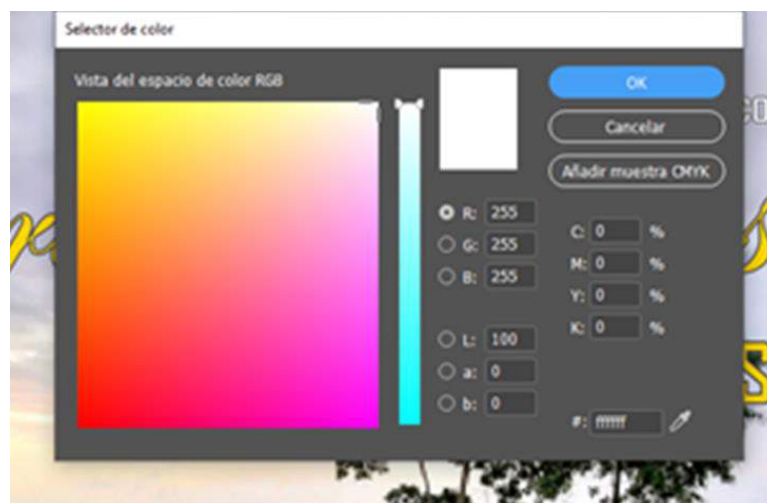


Imagen N. 23. Línea Gráfica de Libro Colorimetria

Fuente: Morales, 2020

- Negro el código cromático negro es utilizado en la parte interna del libro en los títulos, subtítulos y párrafos que exponen información de las fotografías expuestas.

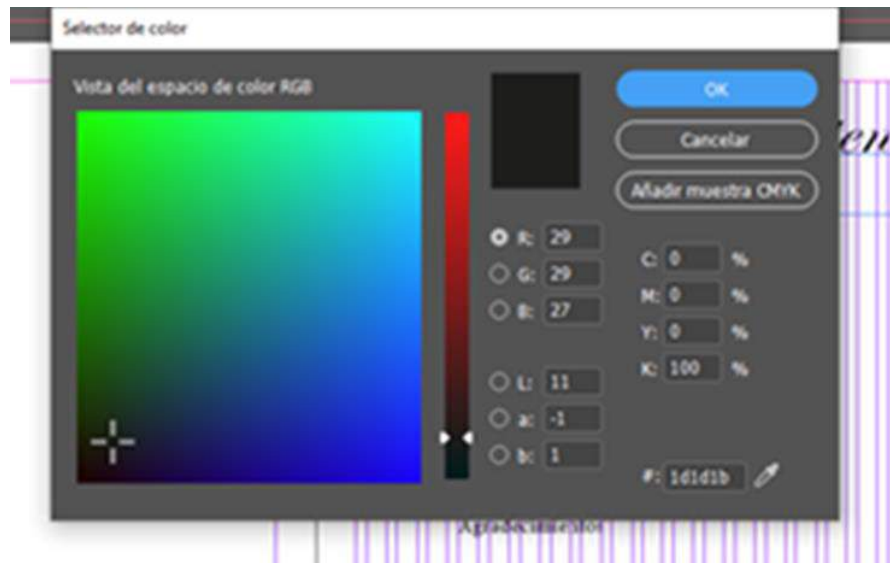


Imagen N. 24. Línea Gráfica de Libro Colorimetria

Fuente: Morales, 2020

- **Verde militar**

Para las franjas de color que se observan como separadores es llamativo y a la vez brinda seguridad y también representa a la naturaleza.

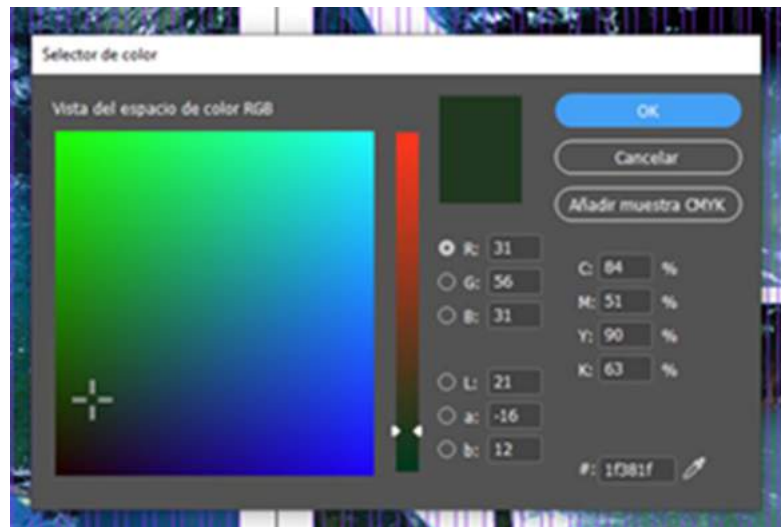


Imagen N. 25. Línea Gráfica de Libro Colorimetria

Fuente: Morales, 2020

## Elección de Material Impreso

Como es un diseño para ser difundido en las redes sociales, no necesita ser impreso, pero si en algún momento se requiera como material de exposición impresa para el libro “Cerro de Hayas, 7 cascadas” estas serán trabajadas en hojas papel couche o papel fotográfico que es lo mejor para un e-book fotográfico y para la sección interna del libro se requiere que tenga un grosor de 125 o 150 de gramaje y la parte externa- cara superior o portada será de material papel couche 300 gramos, así como su cara inferior o contraportada serán de 300 gramos del mismo material couche tipo cartulina revestida con vinil para darle protección a la misma.

### **Secciones del Libro**

El E-book estará dividido en varias secciones como son:

- Portada
- Índice
- Historia del Bosque Protector Cerro de Hayas 7 cascadas
- Cascadas
- Fauna
- Flora
- Gastronomía
- Turismo
- Contraportada

### **Diseño de Portada**

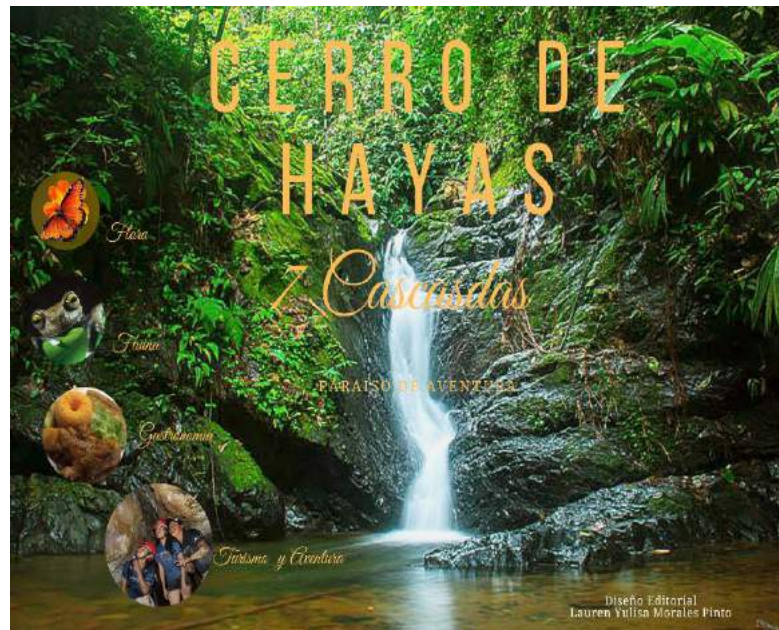
La composición de la portada de este e-book fotográfico se basa en la naturaleza y en lo que representa y busca promocionar el libro que son las cascadas lo cual se optó por usar tres dibujos basados en fotografías que llamen la atención del visitante por medio de sus colores vivos se busca transmitir el término de que menos es más con el color más llamativo de la naturaleza que es el verde y la tipografía sea sencilla y elegante a la vez.

Se escogieron 3 diseños de portadas

#### **Primera opción:**

En la primera portada se ideó poner una de las cascadas como principal atracción, a la vista del turista o internauta, manejaron dos tipografías de fácil lectura y a la vez llamativas aportando una sensación de sencillez y elegancia a la vez, se las colocaron en el centro de la portada para dirigir la vista del lector directamente a la cascada el color

predominante de esta propuesta es el verde y azul ya que como es un E-book fotográfico se da importancia a la naturaleza, esta lleva 4 círculos en los cuales van puesta 4 fotografías de los diferentes sectores del Cerro de Hayas.



*Imagen N. 26. Primera Portada*

Fuente: de internet, 2020

### **Segunda opción:**

En la segunda opción se elige una imagen de una cascada con su respectiva flora y algunas rocas que se encuentran en su alrededor, lo cual hace que el color sea llamativo y de una sensación de paz y nostalgia, para esta portada se utiliza una fotografía con tonos marrones, también se añaden 6 fotografías en cuadros pequeños a los lados de la portada, cada uno con un subtítulo del cual dirigirá a los internautas a las diferentes secciones internas del E-book, se utilizan dos clases de tipografía que irán en la parte céntrica de la portada ocupando lo alto y bajo de la misma, llevara el nombre E-Book Fotográfico, Cerro de Hayas, dando una idea de quien se hablará y expondrá en el libro, como subtítulo llevara el nombre de 7 cascadas puesto que es muy conocido en el sector turístico reconocido por todos los turistas Naranjaleños que han visitado este bosque, sea por las cascadas, gastronomía etc. En la parte inferior llevar el nombre del autor del libro.



Imagen N. 27. Segunda Portada

Fuente: Internet, 2020

### Tercera opción:

En la tercera opción se escogió como escenario una de los atractivos que tiene el Cerro de Hayas como es el centro turístico Cerro de Hayas llamado Cerro del Tigre, lugar especial para hacer camping, tomas fotográficas en donde se avizora lo que es el cantón Naranjal y el golfo de Guayaquil, los tintes amarillos, verdes y lilas que posee esta fotografía da un aire de vida y luminosidad que se refleja en cada parte de ella, logran hacer un contraste especial el cual la hace perfecta para la portada del libro, la tipografía que llevara será tipo manuscrita llamada Edwardian script, que es una tipografía elegante para Títulos, como subtítulo llevara una tipografía Agency FB regular que es una tipografía tipo palo seco si serifas, con dimensiones rectangulares ideal para lectura. Esta tipografía estará en la parte externa e interna del E-book como subtítulo.



*Imagen N. 28. Tercera Portada*

Fuente: Internet, 2020

### **Contraportada**

En la contraportada del E-book fotográfico se buscó diseñar un logo lo más sencillo posible y que a la vez llame la atención en tonos negro y amarillo que estará presente en las dos figuras en la tipografía y en la ilustración que al estar unido forman un imagotipo este se lo colocara en la parte posterior del E-book es decir en la contraportada en el centro del mismo, en la parte inferior del libro llevar un reseña o fragmento de lo que se encontrara en el interior del libro, como es un libro que solo estará disponible en forma digital no es necesario que lleve el nombre de la imprenta ni el código.

Se escogieron 4 opciones de contraportadas, de las cuales la cuarta fue escogida por ser más limpia, simple y directo.



Imagen N. 29. Opciones de Contraportadas

Fuente: Morales, 2020

## Solapa

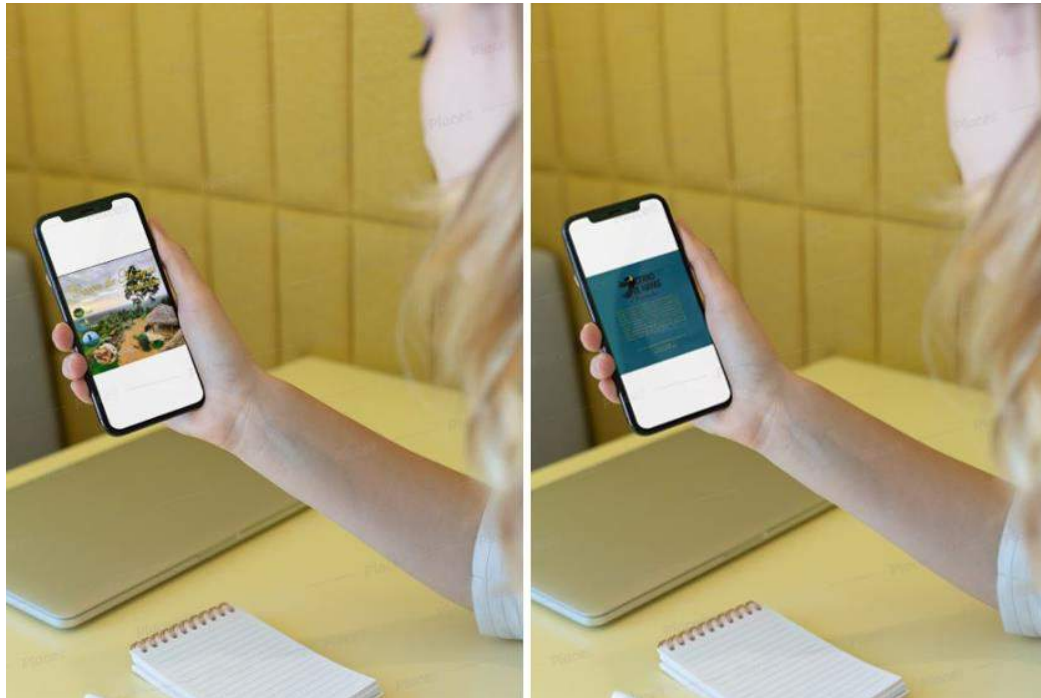
Como es un libro digital, no requiere de solapa puesto que se exhibirá directamente en las diferentes redes sociales y sitios web.

## Tapa

La tapa del libro tiene 20cm x 20 cm, pero como es un libro electrónico, no requiere de esta ya que será digital, tiene una medida estándar de 20\*20 expuesta en la red tendrá la portada 20 cm, pero el libro abierto tendrá una dimensión de 40 cm la web y se exhibirá directamente en las diferentes redes sociales, sitios web.

## Lomo

El lomo de libro para exposición electrónica no es necesario, pero si se requiere para impresión este tendrá un grosor de 5 cm dependiendo del grosor del libro a realizarse contará con el nombre del libro, el logo y el nombre de la autora o institución para la cual fue realizado y para mayor resistencia y durabilidad si este se imprimiera sería cosido al hilo.



*Imagen. N. 30. Portada Responsive*

### 3.3.9. Presupuesto

Al ser un libro electrónico no tiene costo de impresión, pero si hay otros rubros como el gasto de la elaboración del diseño, la diagramación, el pago del diseñador, los servicios que brindan Corrección orto tipográfica, Índice interactivo, Maquetación HTML, Diseño de Portada, etc. se considera que una página elaborada sea digital o impreso cuesta alrededor de 40 dólares.

Tabla N. 5. Presupuesto Fotográfico

| Presupuesto de Fotografía |                                  |                      |             |
|---------------------------|----------------------------------|----------------------|-------------|
| Prestación de Servicio    | Insumo                           | Valor unitario en \$ | Valor total |
| Diseñador Gráfico         | 3 bocetos de portada             | 300                  | 300         |
| Diseñador Gráfico         | Elaboración<br>Diseño de portada | 500                  | 500         |
| Diseñador Gráfico         | Diagramación de libro            | 1000                 | 1000        |
| Diseñador Gráfico         | Página Elaborada                 | 20                   | 2000        |
| (Copy)                    | Correcciones tipográficas        | 500                  | 500         |
| Programador               | Página web                       | 1500                 | 1500        |
| Programador               | Maquetación HTML                 | 1000                 | 1000        |
| fotógrafo                 | Fotografías                      | 10                   | 300         |
|                           | total                            | 4.850                | 7.100       |

Fuente, Morales, (2020)

Elaboración Propia

También se tiene que tener presente que para que un libro tenga mayor alcance, se necesita de casas editoriales especializadas en la promoción digital en este caso serian casas editoriales exclusivas en las redes electrónicas estas tienen un costo variable según donde se promueva el libro el cual puede estar a un precio de dos dólares hasta máximo 15 dólares según lo que se busque promover.

La elaboración del libro que cuenta con un tamaño de 20cm\*20 cm Para visualización directa desde una casa de libro en internet la venta del libro en forma electrónica, el costo varía dependiendo la cantidad de hojas que contengan el libro en sí este puede ser desde \$10 hasta \$100 dólares dependiendo la calidad del libro.

El gasto de la elaboración del diseño, la diagramación, maquetación y el pago del diseñador el pago del diseñador los servicios que brindan Corrección orto tipográfica, Índice interactivo, Maquetación HTML, Diseño de Portada, etc.

En la parte frontal como es un libro de fotografía digital no necesita un medio físico en cual sea expuesto, pero se lo considera tal cual un libro normal, con las especificaciones establecidas donde llevara el nombre del libro, el nombre del autor, su definición en el cual se refiere si es un e-book fotográfico igual como si fuera una novela o un libro de aventuras o un libro científico, etc.

Como es un libro está creado para promover un sitio turístico por medio digital no sería necesario este servicio ya que es objeto de una investigación, pero si se lo requiere impreso es decisión del autor dar paso a este servicio.

Como es un libro de fotografía la lectura es de segundo plano es decir que tendrá más imágenes que letras, aun así, la lectura del mismo será de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo divididos en pequeños párrafos.

En la contraportada, se ubica el logo de la editorial más un párrafo de ayuda al lector en donde se expondrá un pequeño resumen de lo que se encontrara en el interior del libro y el logo o nombre de la institución educativa en donde el investigador ha realizado la investigación.

### **3.3.10. Fase 3: Implementación**

Se implementará El Proyecto De Tesis Desarrollo De E-Book Fotográfico Sobre La Flora, Fauna, Gastronomía, Como Medio De Promoción, Y Difusión Turística De Las Siete Cascadas -Cerro De Hayas Del Cantón Naranjal, por medio de las diferentes redes sociales como un medio de promoción para todos los turistas nacionales y extranjeros.

### **3.3.11. Responsive para diferentes dispositivos móviles del E-Book Fotográfico**

Para hacer una mejor exposición del libro se propone implementar la creación de un responsive o pdf interactivo, en el cual el libro cumplirá una mejor función para la exposición del mismo por medio de los diferentes dispositivos móviles aquí el libro podrá ser leído no como un pdf normal o pdf interactivo, el cual se adaptará a la forma y tamaño de la pantalla del dispositivo electrónico que se esté utilizando para leerse.

#### **Mockup implementación del libro para dispositivos electrónicos**



*Imagen N. 31. Responsive Mockup del E-book para Dispositivos Móviles*



*Imagen N. 32. Responsive Mockup para Dispositivos Electrónicos*

### **3.4. FACTIBILIDAD DE APLICACIÓN**

#### **3.4.1. Factibilidad administrativa**

Al ser un libro digital o electrónico del cual estará expuesto por todas las redes sociales en los cuales los turistas sean estos ciber turistas o turistas nacionales o extranjeros será corregido y actualizado por la autora del libro administradores del proyecto de diseño turístico.

#### **3.4.2. Factibilidad económica digital**

Según la investigación que se realizó a nivel de internet para poder establecer un valor económico basado en la publicación del libro por medios electrónicos nos da como un resultado variado ya que existen muchas imprentas digitales que se encargan de expender el mismo en forma electrónica si se requiere este rubro.

Como es un libro de promoción turística estará expuesto de forma gratuita publicado por las redes sociales y si es requerido podrá ser vendido por medios impresos lo cual tiene un costo diferente según la imprenta la cual se elija.

Como estamos en la era digital es muy común publicar libros en la web y tiene la misma calidad como libro impreso, la ventaja que tiene es que puede ser leído en cualquier medio electrónico conocido tal como es el celular, Tablet o computadora el costo digital es menos que el impreso, además hay una gran demanda de estos e-books electrónicos, las diferentes casas de libros se encargan de la venta por internet y además de brindar el derecho de autor y el código – ISBN de las cuales tenemos las siguientes La Casa del Libro, El Corte Inglés (España), Carrefour.es (España), Agapea (España), Cuspide (Argentina), Gandhi (México), Librería de la U (Colombia),

BookDepository.com, Amazon KINDLE (Gana hasta un 70% de regalías), Itunes, Fnac.

### **3.4.3. Factibilidad legal**

Se establecerán al recurrir al departamento de ley de **SENADI** en donde se inscribirá el libro como propiedad intelectual de la autora del libro, como aporte para el turismo ecológico del Cerro de Hayas.

Esta investigación y el libro virtual quedará como fuente de consulta en el Instituto Tecnológico Universitario y los beneficiarios del proyecto obtendrán una copia de la cual podrán hacer uso del mismo tal cual se especifica como en el interior del proyecto sin fines de lucro.

### **3.4.4. Factibilidad ecológica**

Al ser un libro electrónico no hay necesidad de utilizar papeles salvó y cuando se requiera la necesidad de impresión del mismo, esto se hará con la responsabilidad según sea los pedidos que tenga el libro.

## **3.5. RESULTADOS ESPERADOS EN LA APLICACIÓN DE LA PROPUESTA**

Al no existir un libro electrónico del Cerro de Hayas, los resultados obtenidos fueron los esperados, por la creación de una forma novedosa para la presentación de imágenes de los lugares y la gastronomía que ofrece el lugar, lo que permite al turista admirar y enamorarse de forma digital de un lugar al que posterior pueden visitar.

Por medio de las redes sociales tendrán un buen acogimiento en los cibernautas que les gusta la aventura y la naturaleza ya que está en auge la era digital y de esta manera se expone al Cerro de Hayas como sitio turístico a nivel nacional buscando el reconocimiento de los turistas nacionales e internacionales.

La aplicación de la propuesta del E-book Fotográfico, mantendrá una estructura visual fresca, que llama la atención, por la implementación de sus colores, maquetación y estructura, invitan a conocer cada rincón de este bosque protector.

Como es un libro digital, la publicación no demanda gastos esto es una de las factibilidades que tiene que aprovecharse al máximo puesto que solo se utilizaran las redes sociales para el mantenimiento y publicación en el cual cuando se lo requiera podrá ser refrescado con fotos actuales sin dañar el formato del mismo del cual el diseñador del libro estará preparado para realizarlos.

## CONCLUSIONES

Con la investigación realizada se puede concluir que el sector de Cerro de Hayas, puede presentar un turismo sustentable que puede satisfacer las necesidades de sus visitantes, la industria, el entorno y las comunidades con la intervención de herramientas digitales le permitan salir de su entorno, presentando lo atractivo del lugar a través de imágenes, siendo el principal enganche para conocimiento y admiración de las personas, principalmente a las personas que les gusta la naturaleza y la gastronomía.

El alcance que tendrá el e-book fotográfico a nivel económico del sector contribuirá a hacer que los habitantes tengan un mejor estilo de vida y que mejoren la atención hacia los visitantes que van a conocer las cascadas.

De esta manera se aprovecharán los recursos naturales y se beneficiarán los habitantes del sector y habrá mejoramientos en la educación del guía turístico que trabaje en esta zona.

La implementación del e-book fotográfico para el Cerro de Hayas, es un aporte significativo para los socios de la asociación y sus habitantes, los cuales muestran un serio interés en la terminación del mismo, para poder llegar así a más turistas que sea posible por medio de la fotografía.

## **RECOMENDACIONES**

Se debe promover y dar cursos a los guías para que actualicen sus conocimientos con base a los nuevos consumidores, de esta manera brindaran un mejor servicio a los turistas.

De acuerdo a análisis y a fundamentos emitidos por los propios turistas se recomienda la construcción de una guardería, para que los turistas puedan dejar a sus pequeños niños al cuidado de personas profesionales mientras hacen el trayecto o recorrido a las cascadas ya que con los niños es complicado.

Se recomienda incrementar la venta de insumos agroecológicos, sean estos viveros de plantas ornamentales o forestales, con el fin de que el turista tenga acceso a las plantas que pueden observar en el lugar sin tener que arrancar una de la propia naturaleza.

Se recomienda crear una página web para que las personas puedan tener información detallada del recorrido, horarios de atención, comidas que ofrecen y eventos que se pueden dar dentro del Cerro de Hayas.

Se recomienda para la investigación que sea efectiva, la creación de un responsive o pdf interactivo en el cual el libro cumplirá una mejor función para la exposición del mismo por medio de los diferentes dispositivos móviles.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### Bibliografía

- Acosta, M. (2003). [http://www.experiencethread.com/articles/intel\\_artcl.cfm?article](http://www.experiencethread.com/articles/intel_artcl.cfm?article).  
Obtenido de [http://www.experiencethread.com/articles/intel\\_artcl.cfm?article](http://www.experiencethread.com/articles/intel_artcl.cfm?article):  
[http://www.experiencethread.com/articles/intel\\_artcl.cfm?article](http://www.experiencethread.com/articles/intel_artcl.cfm?article)
- Aguirre, E. (2010). *Lineamientos en las estrategias de comunicación visual para las aplicaciones instruccionales web de la universidad del Zulia*. Zulia: Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad del Zulia. Obtenido de [tesis.luz.edu.ve/tb\\_acen\\_inv/tde\\_busca/processaArquivo.php?codArquivo=474](http://tesis.luz.edu.ve/tb_acen_inv/tde_busca/processaArquivo.php?codArquivo=474).  
28 de agosto 2018
- Aguirre, E. (2012). Tesis (Licenciatura). *estrategias de comunicación Visual para el Diseño Web- Interfaz de los Cursos a Distancia Utilizando Aplicaciones Instruccionales Web*. Universidad Rafael Beloso Chasin., Maracaibo. Obtenido de [servicio.bc.uc.edu.ve/educación/eduweb/vol1n2/v1n2-4.pdf](http://servicio.bc.uc.edu.ve/educación/eduweb/vol1n2/v1n2-4.pdf).
- AGuirre, E. (2014). TESIS (licenciatura). *Comunicación visual y Accesibilidad en los Servicios Virtuales de información de las Universidades Autónomas*. Maracaibo: Universidad Dr. Rafael Beloso Chacín, Vicerrectorado Académico, Decanato de Investigación y Postgrado, Doctorado. Universidades autonomas de Maracaibo, Maracaibo:.
- AGUIRRE, E. (2014a). Doctorado en Ciencias Mencion Gerencia. *Comunicacion Visual y Accesibilidad en los Servicios Virtuales de Información de las Universidades Autonomas*. Universidad Dr Rafael Beloso Chasin, Maracaibo.
- Aguirre, E. (Agosto de 2014b). [servicio.bc.uc.edu.ve/educación/eduweb/vol1n2/v1n2-4.pdf](http://servicio.bc.uc.edu.ve/educación/eduweb/vol1n2/v1n2-4.pdf). Obtenido de [servicio.bc.uc.edu.ve/educación/eduweb/vol1n2/v1n2-4.pdf](http://servicio.bc.uc.edu.ve/educación/eduweb/vol1n2/v1n2-4.pdf):  
[servicio.bc.uc.edu.ve/educación/eduweb/vol1n2/v1n2-4.pdf](http://servicio.bc.uc.edu.ve/educación/eduweb/vol1n2/v1n2-4.pdf).
- Aguirre, E. (2014c). tesis (doctoral). *Politica de Comunicación Visual para las Aplicaciones InstruccionalesWeb en tendeccias y Perspectivas de Politicas Publicas en Ciencias, Tecnologia e Innovacion*. Universidad de zulia, Zulia, Venezuela.
- Aguirre, E. B., & Ríos, C. F. (Julio de 2019). La Comunicación Visual en los Servicios Virtuales de Información de Las Universidades Autónomas De Venezuela.

*Revista Orbis*, <http://ojs.revistaorbis.org.ve/index.php/orbis/article/view/335>, 5-17.

AGUIRRE, E. E. (Julio de 2019). la Comunicación Visual en los Servicios Virtuales de Información de las Universidades Autónomas de Venezuela. *Revista Orbis*(43), 5-17. Recuperado el 2020 de 3 de 16, de <http://ojs.revistaorbis.org.ve/index.php/orbis/article/view/335/328>

Aguirre, E. E., Belandria, R., Rojas, C., & Ferrer, M. D. (2015). La Comunicación Visual en los Servicios virtuales de Información de las Universidades Autónomas de Venezuela. *Científica Electrónica de Ciencias Humanas*(43), 5-17. Obtenido de [www.revistaorbis.org.ve](http://www.revistaorbis.org.ve)

Aguirre, V. E. (2012). Especialista Gráfico De Ead. *Estrategias de Comunicación Visual para el Diseño Web. INTERFAZ DE LOS CURSOS A DISTANCIA UTILIZANDO APLICACIONES INSTRUCCIONALES WEB* . Dirección De Estudio A Distancia, Maracaibo, Venezuela. Obtenido de AGUIRRE ERWIN@YAHOO.COM

Alarcon, A. G. (2012). Tesis (Licenciatura Hotelería y Turismo). *Capacitación turística en la comuna del Cerro de Hayas*. Universidad de Guayaquil, Guayaquil., Guayas., Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/1392/1/tesis%20de%20graduacion%20finalizada.pdf>

Ambiente, M. (30 de 19 de 2007). <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf>. Obtenido de <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf>: <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf>

Archuf, L., Chavez, N., & Ledesma, M. (1997). *Diseño y Comunicación*. Buenos Aires: Paidós.

Arias, F. (2012). *Introducción a la Metodología Científica*. Caracas: Episteme.

Arias, F. (2012). *Proyecto de Investigación*. Caracas: Editorial Episteme.

Armentia, V. J. (1993). *Las nuevas Tendencias en el Diseño de la Prensa*. Bilbao: Servicio Editorial del País Vasco.

- Arroyo, M. E. (2015). tesis Licenciatura). “*Elaboración de un book fotográfico para Fomentar el Desarrollo Turístico del Balneario de la Parroquia Súa ubicada en la provincia de Esmeraldas*”. Universidad tecnologica Equinoccial, Quito.
- Baena, G. (2014). Metodología de la Investigación. Mexico: Patria.
- Barroso, G. (2014). *La Cultura Valdivia o el surgimiento de la ceramica en America*.
- Bastos, I. (7 de 1999). El Diseño Gráfico de Las Cavernas a La Era Digital. *Revista Latina de Comunicación Social la Laguna*(19). Obtenido de <http://www.ull.es/publicaciones/latina> (BASTOS, 1999)
- Bastos, I. (JULIO de 1999). El Diseño gráfico:de las Cavernas a la era digital-. (I. Bastos, Ed.) *Revista Latina de Comunicación Social la Laguna (Tenerife)*, N.19, 1-6. Obtenido de <http://www.ull.es/publicaciones/latina>.
- Bauhaus, A. (2010). *Vigencia de la Bauhaus en la formacion ascademica de los Diseñadores graficos* (Vol. 10). (B. A. Design, Ed.) Berlin. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/307787546\\_Vigencia\\_de\\_la\\_Bauhaus\\_en\\_la\\_formacion\\_academica\\_de\\_los\\_disenadores\\_graficos](https://www.researchgate.net/publication/307787546_Vigencia_de_la_Bauhaus_en_la_formacion_academica_de_los_disenadores_graficos)
- Becerra Benavides, K. B. (14 de marzo de 2017). *Gráfica precolombina refigurada de las vasijas de la cultura Valdivia y su aplicación en tejidos de telar vertical, en la parroquia Chanduy*. GUAYAQUIL, ECUADOR: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil/<http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/7964> /. Obtenido de [http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/7964/Universidad Católica de Santiago de Guayaquil:](http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/7964/Universidad_Catolica_de_Santiago_de_Guayaquil) <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/7964>
- Biblioteca Municipal de Piñas. (2021). <https://www.pinas.gob.ec/>. Obtenido de Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Piñas.
- Boza, S. O. (2017). Tesis (Licenciatura Diseño Gráfico). *Las Artes y su Influencia en el Proceso De Aprendizaje de la Fotografía Publicitaria Alimentos de Comida Rápida en los Estudiantes de Cuarto Semestre de la Carrera De Diseño Gráfico de la Universidad de Guayaquil 2016-2017*. Universidad De Guayaquil, Guayaquil, Guayas, Ecuador. Recuperado el 12 de 20 de 2019, de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/23092>

- Bravo, R. Á. (12 de 24 de 2015). Vigencia le la Bauhaus en la Formación Académica de los Diseñadores Gráficos. (R. A. Bravo, Ed.) <https://revistas.udistrital.edu.co/index.php/c14/article/view/10133/11265> 78 // CALLE14 // Volumen 10, Número 17 // septiembre – diciembre de 2015, 10(17), 75-76-77. Recuperado el 14 de 8 de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/307787546\\_Vigencia\\_de\\_la\\_Bauhaus\\_en\\_la\\_formacion\\_academica\\_de\\_los\\_disenadores\\_graficos](https://www.researchgate.net/publication/307787546_Vigencia_de_la_Bauhaus_en_la_formacion_academica_de_los_disenadores_graficos)
- Bridgewater, P. (1992). *Introduccion al Diseño Gráfico*. Mexico: Editorial Trillas.
- Bustos, M. (2017). *Diseño de material gráfico publicitario para la difusión de la de la carrera de diseño Gráfico dE lA Universidad Catolica de Santiago de de Guayaquil*. Universidad Catolica Santiasgo de Guayaquil., Guayaquil., Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/9221>
- Calvo Revilla, A. L. (2011). *Estudios de la narrativa contemporánea española .Homenaje a Hidalgo Bayal*. Madrid:: CEU Ediciones.
- CAMPOVERDE, P. L. (2011). <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/2182/1/T-ULVR-1980.pdf>. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/2182/1/T-ULVR-1980.pdf>: <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/2182/1/T-ULVR-1980.pdf>
- Casajus, C., & Lara, A. (2005). *Historia de la Fotografía de Moda*. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com>
- Castro, M. D. (Jul-Dic 2018). El recurso de información y comunicación visual: imagen. Apuntes en torno a las Ciencias de la Información y Bibliotecología. *Estudiante, Escuela de Bibliotecología y Ciencias de la Información. Universidad de Costa Rica. COSTA RICA. mar.d.meza@gmail.com* RESUMENABSTRACT, 1-2-3-4-5-6-7-8-9-10-11-12-13-14-15-16-17-18-19-20.
- Castro, R. (2000). (Tesis de Licenciatura). *Elementos del Turismo*. Universidad estatal de San Jose, Tepatitlan.
- Castro, R. (2000). *Elementos del Turismo. Elementos del Turismo*. Universidad Estatal de San Jose, San Jose.
- CEPEDA, M. &. (2014). TESIS (LICENCIATURA). *TIPOGRAFIA EN LA CULTURA* .
- Cepeda, M. J. (2014). *Tipografía en la cultura*.

- Constitución, R. d. (2008).  
<https://www.acnur.org/fileadmin/Documentos/BDL/2008/6716.pdf>. Obtenido de  
<https://www.acnur.org/fileadmin/Documentos/BDL/2008/6716.pdf>:  
<https://www.acnur.org/fileadmin/Documentos/BDL/2008/6716.pdf>
- Corkovic, L. (2012). *La cultura indígena en la fotografía mexicana de los 90s*.  
Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.
- COSTA, J. (1977). *EL LENGUAJE FOTOGRAFICO*. MADRID: IBERICO EUROPEA  
DE EDICIONES.
- COSTA, J. (1995). *COMUNICACIONES CORPORATIVAS Y REVOLUCION DE LOS  
SERVICIOS*. MADRID: EDITORIAL CIENCIAS SOCIALES.
- Costa, J. (1995). Comunicaciones Corporativas y Revolucionarias de los Servicios . En J.  
Costa, *Comunicación Corporativa y revolución de los servicios* (pág. 10). Madrid:  
Editorial Ciencias Sociales . Obtenido de  
<https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/49425.pdf>
- COSTA, J. (09 de 15 de 2003). *DISEÑAR PARA LOS OJOS* (1era Edición ed.).  
BOLIVIA: GRUPO EDITORIAL DESING. Obtenido de  
[http://www.experiencethread.com/articles/intel\\_artcl.cfm?article=21](http://www.experiencethread.com/articles/intel_artcl.cfm?article=21)
- COSTA, J. (2003). *IDENTIDAD CORPORATIVA*. MEXICO,DF: TRILLAS SIGMA.
- Costa, J. (2006). Comunicacion Organizacional Cultural y Gestion para el Cambio. En a.  
varios, *El futuro de la comunicación en las organizaciones* (págs. 9-29). Quito:  
Quipus, Ciespal . Recuperado el 20 de febrero del 2020, de  
<https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/49425.pdf>
- COSTA, J. (ENERO de 2011). LOS TRES FUNDAMENTOS DEL LENGUAJE. (G.D.-  
P.I, Ed.) *REVISTA INTERNACIONAL DE INVESTIGACION INNOVACION Y  
DESARROLLO EN DISEÑO* , 4(4), 19-30. Obtenido de  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4542284>
- COSTA, J. (2013). *LOS CINCO PILARES DEL BRANDING, ANATOMIA DE LA  
MARCA*. (C. P. COM(CPC), Ed.) BARCELONA: COSTA PUNTOCOM.
- Costa, J. (2014).

- COSTA, J. (2016). *ESQUEMATISMO EL UNIVERSO DE LA VISUALIZACION Y LA TEORIA INFORMACIONAL DEL ESQUEMA FRAGMENTO*. J.C INSTITUTE, ED.
- Costa, J. (20 de 10 de 2018). Diseño de Comunicación Visual: el nuevo paradigma. Expertia. Volumen 2. Numero 4. *Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas / Scientific e-journal of Human Sciences /www.revistaorbis.org.ve / núm 43 (año 15) 5-17, 5-17*. Obtenido de <https://revistes.uab.cat/grafica/article/viewFile/v2-n4-costa/pdf>
- Craig, J., & Barton, B. (1987). *Thirty Centuries Graph Desing. an Illustrate Survey*. ESTADOS UNIDOS: Watson-Guptill publicación.
- Craik, J. (1997). *the Culture of Tourism*. New York.
- Crouch, D., & Lübbren, N. (2003). *visual culture and tourism*. Londres, Inglaterra: Berg.
- Cuarterolo, A. (2003). Congreso de Historia de la Fotografía en la Argentina. *Congreso de historia de la Fotografía*. Asociación iberoamericana de Historia de la fotografía , Buenos Aires.
- Díaz Revelo, W. A. (15 de JULIO de 2019). <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/9317>. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/9317>: <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/9317>
- DIAZ, R. A. (2019). TESIS (TITULACION). *La fotografía publicitaria como mecanismo para promover el uso de ropa bordada a mano 2018 – 2019*. UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE , Ibarra. Ecuador., IBARRA , ECUADOR . Recuperado el 19 de 2 de 2020, de <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/9317>
- Díaz, T. K. (2015). tesis ( licenciatura). *ACCESIBILIDAD TURÍSTICA EN EL RECINTO LA ENVIDIA Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE DE LAS SIETE CASCADAS DEL ZAPANAL EN EL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI*. Universidad Tecnica de Ambato , Ambato, Ecuador . Obtenido de <http://unrn.edu.ar/blogs/pt/files/2013/03/6-Ricaurte09-GuiaPlanTuris-ver-fichas-al-final-post-2007.pdf>
- Diseño, M. A. (JULIO-OCTUBRE de JULIO-OCTUBRE 2015). La Comunicación Como Motivación Para La Implementación Del Diseño Gráfico. *BUAP Revista*

- del colegio de diseño gráfico 1353-4764-1-SM.pdf*, Vol. 3, Núm. 23 (7). Obtenido de <http://www.apps.buap.mx/ojs3/index.php/insigne/article/view/1353/942>: <http://www.apps.buap.mx/ojs3/index.php/insigne/article/view/1353/942>
- Duarte, S. (s.f.). <https://clubdefotografia.net/importancia-del-color-en-la-fotografia/#comments>. Obtenido de <https://clubdeFotografia.net> : <https://clubdefotografia.net/importancia-del-color-en-la-fotografia/#comments>
- ecuRed. (4 de 9 de 2020). *www.ecured.cu*. (Ecurred, Ed.) Recuperado el 22 de febrero de 2021, de Fotografía: <http://www.ecured.cu/index.php?title=fotograf%C3%ADa&olddid=3753980>
- EGUARAS, M. (2014). *QUE TIPOGRAFIA USAS PARA LIBROS IMPRESOS Y DIGITALES*. (M. EGUARAS, Ed.) Obtenido de <http://marianaeguaras.com/que-tipografiausar-para-libros-impresos-y-digitales/>
- Erwin Aguirre, R. B. (2015). LA COMUNICACIÓN VISUAL EN LOS SERVICIOS VIRTUALES DE INFORMACIÓN DE LAS UNIVERSIDADES AUTÓNOMAS DE VENEZUELA . *Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas / Scientific e-journal of Human Sciences* /, 5-17 .
- Erwin Aguirre, R. B. (2019). LA COMUNICACIÓN VISUAL EN LOS SERVICIOS VIRTUALES DE INFORMACIÓN DE LAS UNIVERSIDADES AUTÓNOMAS DE VENEZUELA. *Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas / Scientific e-journal of Human Sciences* / PPX200502ZU1935 / ISSN 1856-1594 / By Fundación Unamuno /[www.revistaorbis.org.ve](http://www.revistaorbis.org.ve) / núm 43 (año 15), 5-17.
- Fargrieve, J. (1951). *Geography in the School*. University of London.
- Fawcet, T. (2004). *Diseño de libros Contemporáneo*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Fernández, H. ((2011). *El fotolibro latinoamericano*. RM.
- FONT CUBERTA, J. (17 de DICIEMBRE de 2011). EL HECHIZO DEL FOTOLIBRO. (D. E. PAIS, Ed.)
- FONTCUBERTA, J. (2012). *LA CAMARA DE PANDORA LA FOTOGRAFIA DESPUES DE LA FOTOGRAFIA* . BARCELONA : GUSTAVO GILI.

- FRASCARA, J. (2000). *DISEÑO GRAFICO PARA LA GENTE: COMUNICACION* . BUENOS AIRES, ARGENTINA: EDICIONES INFINITO. Obtenido de [http://www.fadu.edu.uy/seminario-producto/files/2012/09/Diseno\\_grafico\\_para\\_la\\_-gente\\_frascara.pdf](http://www.fadu.edu.uy/seminario-producto/files/2012/09/Diseno_grafico_para_la_-gente_frascara.pdf)
- FRASCARA, J. (2004). *DISEÑO GRAFICO PARA LA GENTE COMUNICACION* (Vol. vol.3). BUENOS AIRES: EDICIONES INFINITO.
- Frascara, L. (1996). *Diseño Gráfico Para la Gente*. Buenos Aires: Ediciones Infinito. Obtenido de [http://www.fadu.edu.uy/seminario-producto/files/2012/09/Diseno\\_grafico\\_para\\_la\\_-gente\\_frascara.pdf](http://www.fadu.edu.uy/seminario-producto/files/2012/09/Diseno_grafico_para_la_-gente_frascara.pdf)
- Garcia. (2000).
- GARCIA, S., CRUZ, B., THERON, J., GOMEZ, R., & ISLA, J. (Oct- de 2018). Comprendiendo la comunicación visual en las redes sociales: una: propuesta real de análisis. *III CONGRESO INTERNACIONAL DE APRENDIZAJE* . Salamanca-España. Obtenido de <https://repositorio.grial.eu/handle/grial/476>: [http://repositorio.grial.eu/handle/grial/476CINAIC\\_AnalisisComunicacionVisual\\_FGS\\_JCB.pdf](http://repositorio.grial.eu/handle/grial/476CINAIC_AnalisisComunicacionVisual_FGS_JCB.pdf)
- Gomez-Palacio et al, P. A. (2011). *Guía completa del diseño gráfico : compendio visual y reseñado sobre el lenguaje, las aplicaciones y la historia del diseño gráfico*. Barcelona: Parramón. Obtenido de Libro de Bryony Gomez-Palacio; Armin Vit Montserrat Foz Casals/ ISBN: 8434237741 ISBN-13: 9788434237742
- Gonzalez, R. ., (1994.). *Estudio de diseños sobre la contruccion de las ideas y sus aplicación a la realidad*. Buenos aires.: Editores EMece.
- Hall, & Page. (1997).
- HALL, M. P. (2002). *THE GEOGRAPHY OF TORISM AND RECREATION* . LONDON: ROTLEDGE.
- Heller, E. (2004). *Psicologia del Color* . Barcelona: Gustavo Gili.
- Henri Cartier- Bresson. (2012).
- Hernández Sampieri, R. F. (2010). *Metodología de Investigación*. Mexico: McGraw Hill.
- Hernandez, F. &. (2014). *Metodologia de la Investigacion* (6 ed.). USA, USA: Mc Graw Hill.

- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de Investigación* (6 ed.). USA: Mc Graw Hill.
- Holm, O. C. (1.981b). *El Período de Integración / Historia del*. Quito: Salvat Editores.
- Holm, O. H. (1.981b). *El Período de Integración / Historia del Ecuador, II*. Quito:: Salvat Editores.
- Holm, O. y. (1.981a). *Historia del Ecuador* (2 vols. ed.). Quito:: : Salvat Editores.
- Holm, O., & H, C. (1.981a). *Historia del Ecuador* (Vol. 2). (E. A. Pino, Ed.) Quito, Ecuador: Salvat Editorial . Obtenido de <http://www.encyclopediadelecuador.com/historia-del-ecuador/cultura-milagro-quevedo/>
- Holmos, O. &. (2011).
- Holmos, O. C. (s.f.). *El Período del Desarrollo Regional. - Historia del Ecuador* (Vol. tomo I). Salvat.
- HUERTA, M. ., (2015). MASTER . (R. D. GRÁFICO, Ed.) *REVISTA DEL COLEGIO DE DISEÑO GRÁFICO-BUAP*, 4(14). Obtenido de <http://www.apps.buap.mx/ojs3/index.php/insigne/article/view/1353/942>
- Jennifer Craik, J. (1997). *"the culture of tourism"* in C,Rojek and J.Urry , *TUORING CULTURES:TRANSFORMATIONS OF TRAVEL AND TEORY*. NEW YORK.
- Jordán Yanchatuña, D. I. (Enero de 2017). <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/25025>. Ambato – Ecuador: Universidad Técnica de Ambato. Carrera de Diseño Gráfico Publicitario. Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/25025>
- Junior, L. I. (Julio de 1999). [http://www.ull.es/publicaciones/latina:El diseño gráfico: de las cavernas a la era digital. n Revista Latina de Comunicación Social, número 19, de julio de 1999, La Laguna \(Tenerife, 1-2-3-4-5-6. Obtenido de http://www.ull.es/publicaciones/latina/1999fjl/70it.html:](http://www.ull.es/publicaciones/latina:El+diseño+gráfico:+de+las+cavernas+a+la+era+digital.+n+Revista+Latina+de+Comunicación+Social,+número+19,+de+julio+de+1999,+La+Laguna+(Tenerife,+1-2-3-4-5-6.Obtenido+de+http://www.ull.es/publicaciones/latina/1999fjl/70it.html:) <http://www.ull.es/publicaciones/latina>
- Kapr.A. (2007). *REGLAS PARA EL DISEÑO DE LIBROS*.



- Meggers, B. (1981). *Historia del Ecuador* (Vol. n.1). Washington, estados Unidos .
- MEGGERS, B. J. (1995). *EARLY FORMATIVE PERIOD OF COASTAL ECUADOR: THE VALDIVIA AND MACHALILLA PHASES, SMITHSONIAN INSTITUCION, WASHINGTON,1965*. WASHINGTON.
- Meggers, B., & Clifford, E. y. (1.965). *Early Formative Period of* (Vol. N.1). Washington, EEUU: Smithsonian Institution Contributions to Antropology.
- MESA, C. M. (30 de 6 de 2018). TESIS( LICENCIATURA CIENCIAS DE LA INFORMACION). *Escuela de Bibliotecología y Ciencias de la Información* revista.ebci@ucr.ac.cr | <http://revistaebci.ucr.ac.cr>, 8. Obtenido de <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/eciencias/article/view/29956>
- MINAMB, M. d. (2016). <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/areas-protegidas/parque-nacionalllanganates>. (M. d. Ambiente, Productor) Obtenido de [https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/01/CODIGO\\_ORGANICO\\_AMBIENTE.pdf](https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/01/CODIGO_ORGANICO_AMBIENTE.pdf): <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/areas-protegidas/parque-nacionalllanganates>
- MINISTERIO, D. T. (2017). Articulos. *POLITICA DE TURISMO DEL ECUADOR*. Ministerio de Turismo, ECUADOR. Obtenido de <http://www.competencias.gob.ec/wp-content/uploads/2017/06/a.-2017.-POLITICA-DE-TURISMO-DEL-ECUADOR.pdf>
- Ministerio, T. d. (1992). <http://www.turismo.gob.ec/>. (M. d. Turismo, Editor) Obtenido de [https://www.ecured.cu/Ministerio\\_de\\_Turismo\\_de\\_Ecuador](https://www.ecured.cu/Ministerio_de_Turismo_de_Ecuador): <http://www.turismo.gob.ec/>
- MINISTERIO, T. E. (2017). *POLITICA DE TURISMO DEL ECUADOR*. ECUADOR : MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR .
- MINTUR. (2008). <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>.
- Monje, A. (18 de 8 de 2015). [http://foto.difo.uah.es/curso/historia\\_de\\_la\\_fotografia.html](http://foto.difo.uah.es/curso/historia_de_la_fotografia.html). Recuperado el 18 de

- agosto de 2020, de Introduccion a la Fotografia Científica::  
[http://foto.difo.uah.es/curso/historia\\_de\\_la\\_fotografia\\_html](http://foto.difo.uah.es/curso/historia_de_la_fotografia_html)
- Montalvo, G. L. (2017). <https://repositorio.uisrael.edu.ec/handle/47000/1318>. Obtenido de UISRAEL-EC-DIS-378.242-17-005:  
<http://repositorio.uisrael.edu.ec/handle/47000/1318>
- Mujica, S. M. (2015). Licenciatura en Diseño Gráfico. *Elementos Formales de Ornamentación Precolombina precolombina Esmeraldeña y su Aplicación en Manual de Innovación Gráfica*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeralda., Esmeraldas.
- NARANJAL, G. (2014).
- OMT. (2017). Panorama OMT del Turismo Internacional Edición 2017. Organización Mundial del Turismo UNWTO. 2-15. Obtenido de <http://unrn.edu.ar/blogs/pt/files/2013/03/6-Ricaurte09-GuiaPlanTuris-ver-fichas-al-final-post-2007.pdf>.
- OMT, o. m. (2019). <https://www.unwto.org/>. doi:10.18111/9789284420858
- ORDOÑES, Z. J. (2013). TESIS(TITULACION). *Diseño e ilustración digital de seis personajes populares característicos de la fiesta popular de corpus christi en Cuenca*. UNIVERSIDAD DE CUENCA , CUENCA, AZUAY, ECUADOR. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/5011>
- Paoli, A. (1983). *Comunicacion e Informacion.Perspectivas teoricas*. Mexico: Trillas.
- Peset Ferrer, J. P. (2010). *tendencias en la práctica profesional de la fotografía comercial-industrial, y publicitaria- Cambios y mutaciones en el nuevo esenario digital*. GRIN Verlag.
- PINCAY, L. L., & VERA, C. V. (2011). TESIS (TITULACION). *DISEÑO DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA PROMOVER EL TURISMOEN EL CERRO DE HAYAS, CANTON NARANJAL PROVINCIA DEL GUAYAS INCENTIVANDO EL DESARROLLO SOCIO ECONOMICO DE SU POBLACION* . UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTEDE GUSYAQUIL, GUAYAQUIL, GUAYAS , ECUADOR . Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/2182/1/T-ULVR-1980.pdf>

- Planificcacion, P. A. (s.f.).  
*http://planificaciondeproyectosemirarismendi.blogspot.com/2013/04/tipos-y-diseño-de-la-investigación\_21.html*. Obtenido de *http://planificaciondeproyectosemirarismendi.blogspot.com/2013/04/tipos-y-diseño-de-la-investigación\_21.html*.
- PND, p. n. (2017-2021). *https://www.planificacion.gob.ec/plan-nacional-de-desarrollo-2017-2021-toda-una-vida/*. Obtenido de *https://www.planificacion.gob.ec/plan-nacional-de-desarrollo-2017-2021-toda-una-vida/*:  
*https://www.planificacion.gob.ec/plan-nacional-de-desarrollo-2017-2021-toda-una-vida/*
- Porras Barrenechea, R. (1967). *“Las relaciones primitivas de la conquista del Perú” (Edición anotada)*. Lima: Cuadernos de Historia del Perú, ((Edición anotada) ed., Vol. vol.2). Lima: ed.Cuadernos de Historia del Perú.
- Porras, P. (1980). *Arqueología del Ecuador*. Quito, Ecuador : Editorial Gallcapital. Obtenido de *https://core.ac.uk/download/pdf/214848759.pdf*
- Porras, P. (1987.). *Manual de Arqueología Ecuatoriana, Nuestro Ayer, Centro Investigaciones Arqueológicas*. Quito.: Impreseñal Cía. Ltda. .
- Prieto, M. (2011). *Espacios en disputa: el turismo en Ecuador*. . Quito: FLACSO Sede Ecuado.
- R. B. McKerrow y Philip Gaskell. (s.f.).
- Reyes. (2016).
- Reyes Yáñez, J. L. (2014). *http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/2271*. Obtenido de T-UCSG-PRE-ARQ-CA-31.pdf La fotografía publicitaria como mecanismo para promover el uso de ropa bordada a mano 2018 – 2019: *http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/2271*
- Robles, D. D. (Enero de 2015). *http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/7966*. Obtenido de *http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/7966*
- Rodriguez, G., Gil,J, & Garcia, E. (1996). *metodologia de la Investigación Cualitativa*. Obtenido de *http://www.academia.edu/download/38185394/investigacioncualitativ*

- RUIZA, M., T, F., & TAMAYO, E. (23 de 2 de 2021). *FIOGRAFIAS Y VIDA*. (F. T. RUIZA M, Productor) Obtenido de LA ENCICLOPEDIA BIOGRAFICA EN LINEA: <https://www.biografiasyvidas.com/monografia/gutenberg/>
- Salazar, N. (2010). *ENVISIONING EDEN.MOBILIZING IMAGINARIES IN TOURISM AND BEYOND*. NEW YORK: BERGHAN BOOKS.
- SAMARA, T. (2004). *DISEÑAR CON RETICULA*. BARCELONA: GUSTAVO GILL.
- SANTANA, O. A. (8 de DICIEMBRE de 2017). [http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/23092/LAS ARTES VISUALES Y SU INFLUENCIA EN EL PROCESO DE APRENDISAJE DE EL FOTOGRAFIA PUBLICITARIA LOS ESTUDIANTES DEL CUARTO SEMESTRE DE LA CARRERA](http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/23092/LAS_ARTES_VISUALES_Y_SU_INFLUENCIA_EN_EL_PROCESO_DE_APRENDISAJE_DE_EL_FOTOGRAFIA_PUBLICITARIA_LOS_ESTUDIANTES_DEL_CUARTO_SEMESTRE_DE_LA_CARRERA). Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/23092>: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/23092>
- SECTUR. (2004). [http://www.jjcano.com/wp-content/uploads/2011/01/1-1\\_conceptualizacion\\_turismo\\_alternativo1.pdf](http://www.jjcano.com/wp-content/uploads/2011/01/1-1_conceptualizacion_turismo_alternativo1.pdf). Obtenido de [http://www.jjcano.com/wp-content/uploads/2011/01/1-1\\_conceptualizacion\\_turismo\\_alternativo1.pdf](http://www.jjcano.com/wp-content/uploads/2011/01/1-1_conceptualizacion_turismo_alternativo1.pdf).
- Segura, G. J. (2003). *Elaboración de un Plan de Acción Gubernamental para mejorar la competitividad del conglomerado de turismo ECCSS214*. (G. J. Segura, Ed.) BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO. Obtenido de <http://www.competencias.gob.ec/wp-content/uploads/2017/06/a.-2017.-POLITICA-DE-TURISMO-DEL-ECUADOR.pdf> 2017
- SENPLADES. (2013-2017). <http://www.buenvivir.gob.ec/versiones-plan-nacional>. Obtenido de <http://www.planificacion.gob.ec/wp-:http://www.buenvivir.gob.ec/versiones-plan-nacional>
- SIB. (2015).
- Simonicca, A. (2002). *ANTROPOLOGIA DEL TURISMO, ESTRATEGIE DI RICERCA E CONTESTETNOGRAFICI*. ROMA.
- SNAP. (2015). <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/info-snap>. Obtenido de <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/info-snap>.
- SONTAG, S. (1992). *Sobre la fotografía (C. Gardini, trad.)*. Barcelona.: Ed. Edhasa.

- Sontag, S. (2006). *Sobre la Fotografía* (Primera Edicio ed.). Mexico,DF: Ediciones Santillan S.A.
- Spencer, H. I. (1995). *Pioneros de la Tipografía Moderna*. Barcelona: Ediciones Gil.
- Swan, A. (1992). *diseño y marketing*. Mexico: Gustavo Gili.
- TETTAMANTI, M. A. (2017). TESIS (LICENCIATURA) . *Diseño de libro sobre deportes no tradicionales practicados en la Federación Deportiva del Guayas*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, guayaquil, GUAYAS, ECUADOR . Recuperado el 24 de 8 de 2019, de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/9237>
- TINOCO, V. A. (11 de marzo de 2019). <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/12887>. *DISEÑO DE LIBRO FOTOGRAFICO CON INFORMACIONTURISTICA DE LOS RECURSOS NATURALES, CULTURALES E HISTORICOS DEL CANTON PIÑAS, PROVINCIA DE EL ORO, 2018*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador, GUAYAS , ECUADOR . Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/12887>
- TURISMO, A. . (2018). *GUIA VIRTUALDE TURISMO ACCESIBLE PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD*. EL ORO, ECUADOR. Obtenido de <http://turismoaccesible.ec/site/destination/region-costa/el-oro/>
- turismo, l. (9 de Enero de 2008). [www.turismo.gob.ec/wp.../Reglamento-General-Ley-de-Turismo.pdf](http://www.turismo.gob.ec/wp.../Reglamento-General-Ley-de-Turismo.pdf). Obtenido de [www.turismo.gob.ec/wp.../Reglamento-General-Ley-de-Turismo.pdf](http://www.turismo.gob.ec/wp.../Reglamento-General-Ley-de-Turismo.pdf): [www.turismo.gob.ec/wp.../Reglamento-General-Ley-de-Turismo.pdf](http://www.turismo.gob.ec/wp.../Reglamento-General-Ley-de-Turismo.pdf)
- Unos tipos, d. (2008). Obtenido de <http://www.unostiposduros.com/estilos-graficos-renacimiento-y-clasicismo/>
- Vásquez. (2012).
- Villalobos, M. E. (s.f.). INTERFAZ DE LOS CURSOS A DISTANCIA UTILIZANDO APLICACIONES. *EDUWEB Revista de Tecnología de Información y Comunicación en Educación*, 77,78,79,80,81,82,83,84, 85,86,87,88,89.
- WONG, W. (1993). *FUNDAMENTOS DEL DISEÑO*. BARCELONA: EDITORIAL GUSTAVO GIL.

WWF, E. (2020). [http://www.wwf.org.ec/nuestro\\_trabajo/ecoturismo](http://www.wwf.org.ec/nuestro_trabajo/ecoturismo). Obtenido de WWF ECUADOR: [http://www.wwf.org.ec/nuestro\\_trabajo/ecoturismo](http://www.wwf.org.ec/nuestro_trabajo/ecoturismo)

Yanchatuña, J., & Ismael, D. (2017). TESIS (TITULACION). *La influencia de la imagen corporativa en el posicionamiento de la marca Cake Studio de la ciudad de Ambato*. UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO, AMBATO, ECUADOR. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/25025>

ZAMBRANO, J. A. (10 de OCTUBRE de 2013). <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/5011/1/tesis.pdf>. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/5011/1/tesis.pdf>: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/5011/1/tesis.pdf>

ZAMBRANO, J. A. (10 de OCTUBRE de CUENCA, 2013 ). <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/5011/1/tesis.pdf>. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/5011/1/tesis.pdf>: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/5011/1/tesis.pdf>

ZAVARIZ, V. (2012). [http://www.eumed.net/tesisdoctorales/2012/azv/origenes\\_concepto\\_de\\_comunicacion.html](http://www.eumed.net/tesisdoctorales/2012/azv/origenes_concepto_de_comunicacion.html). Obtenido de EUMED.NET: [http://www.eumed.net/tesisdoctorales/2012/azv/origenes\\_concepto\\_de\\_comunicacion.html](http://www.eumed.net/tesisdoctorales/2012/azv/origenes_concepto_de_comunicacion.html)

Capece G (1997), Turismo Sostenible y sustentable, una visión holística

Edición CID, Buenos Aires, Argentina.

(Capece, 1997)

## LINKOGRAFIA

<http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/7966>

[UPS-QT06629.pdf](#)

<http://157.100.241.244/bitstream/47000/1318/1/UISRAEL-EC-DIS-378.242-2017-005.pdf>

<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/7966/6/UPS-QT06629.pdf>

<http://repositorio.uisrael.edu.ec/handle/47000/1318>

[http://blogs.fad.unam.mx/asignatura/carlos\\_salgado/wp-content/uploads/2012/10/El-dise%C3%B1o-gr%C3%A1fico-de-las-cavernas-a-la-era-digital.pdf](http://blogs.fad.unam.mx/asignatura/carlos_salgado/wp-content/uploads/2012/10/El-dise%C3%B1o-gr%C3%A1fico-de-las-cavernas-a-la-era-digital.pdf)

[https://www.ull.es/publicaciones/latina/latina\\_art228.pdf](https://www.ull.es/publicaciones/latina/latina_art228.pdf)

<http://www.ull.es/publicaciones/latina>

<https://revistas.udistrital.edu.co/index.php/c14/article/view/10133/11265>

[https://www.researchgate.net/publication/307787546\\_Vigencia\\_de\\_la\\_Bauhaus\\_en\\_la\\_formacion\\_academica\\_de\\_los\\_disenadores\\_graficos\\_T-UCSG-PRE-ARQ-CGGP-80.pdf](https://www.researchgate.net/publication/307787546_Vigencia_de_la_Bauhaus_en_la_formacion_academica_de_los_disenadores_graficos_T-UCSG-PRE-ARQ-CGGP-80.pdf)

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/9237>

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/23092/1/TESIS%20FINAL.docx.pdf>

<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/23092>

<http://www.apps.buap.mx/ojs3/index.php/insigne/article/view/1353/942>

[http://www.eumed.net/tesisdoctorales/2012/azv/origenes\\_concepto\\_de\\_comunicacion.html](http://www.eumed.net/tesisdoctorales/2012/azv/origenes_concepto_de_comunicacion.html)

[www.revistaorbis.org.ve / núm. 43 \(año 15\) 5-17](http://www.revistaorbis.org.ve/)

<https://revistes.uab.cat/grafica/article/viewFile/v2-n4-costa/pdf> (Costa J. , Diseño de Comunicación Visual: el nuevo paradigma. Expertia. Volumen 2. Numero 4., 2018)

<https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/eciencias/article/view/29>

[revista.ebci@ucr.ac.cr](mailto:revista.ebci@ucr.ac.cr) | <http://revistaebci.ucr.ac.cr>

<https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/eciencias/article/view/29956/33431>

<https://repositorio.grial.eu/handle/grial/476>  
[https://www.researchgate.net/publication/307787546\\_Vigencia\\_de\\_la\\_Bauhaus\\_en\\_la\\_formacion\\_academica\\_de\\_los\\_disenadores\\_graficos](https://www.researchgate.net/publication/307787546_Vigencia_de_la_Bauhaus_en_la_formacion_academica_de_los_disenadores_graficos)

[http://www.dmami.upm.es/dmami/documentos/liti/Actas\\_CINAIC\\_2015.pdf](http://www.dmami.upm.es/dmami/documentos/liti/Actas_CINAIC_2015.pdf)

<http://repositorio.grial.eu/handle/grial/476CINAIC>

[Análisis Comunicación Visual\\_FGS\\_JCB.pdf](#)

[aguirreerwin@yahoo.com](mailto:aguirreerwin@yahoo.com)

[http://www.experiencethread.com/articles/intel\\_artel.cfm?article=21.](http://www.experiencethread.com/articles/intel_artel.cfm?article=21)

<http://ojs.revistaorbis.org.ve/index.php/orbis/article/view/335/328>

[05 FECYT 3513 TRABAJO GRADO.pdf](#)

<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/9317/2/05%20FECYT%203513%20TRABAJO%20GRADO.pdf>

<http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/9317>

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/2271>

[T-UCSG-PRE-ARQ-CA-31.pdf](#)

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/7964>

[T-UCSG-PRE-ARQ-CGGP-65.pdf](#)

[tesis\\_de\\_graduacion\\_cerro\\_de\\_hayas\\_ecoturismo.pdf 31/74](#)

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/1392/1/tesis%20de%20graduacion%20finalizada.pdf>

[T-ULVR-1980.pdf](#)

<http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/2182/1/T-ULVR-1980.pdf>

[UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL](#)

[dspace.ucuenca.edu.ec](#)

<http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/5011>

[TESIS PABLO GIRON.pdf](#)

<https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/25025>

<https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/25025>

<http://www.competencias.gob.ec/wp-content/uploads/2017/06/a.-2017.-POLITICA-DE-TURISMO-DEL-ECUADOR.pdf>

<https://www.turismo.gob.ec/el-turismo-ecuatoriano-crecio-un-11-en-2018>

<https://revistes.uab.cat/grafica/article/viewFile/v2-n4-costa/pdf>

[www.joancostainstitute.com/pdfs/esquematismo\\_fragmento1.pdf](http://www.joancostainstitute.com/pdfs/esquematismo_fragmento1.pdf)

[LosTresFundamentosDelLenguajeGrafico-4542284.pdf](#)  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4542284>  
<file:///C:/Users/Laura/Downloads/Dialnet-LosTresFundamentosDelLenguajeGrafico-4542284.pdf>  
<https://repositorio.grial.eu/handle/grial/476>.  
<https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/eciencias/article/view/29956>  
<https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/eciencias>  
[http://www.experiencethread.com/articles/intel\\_artcl.cfm?article](http://www.experiencethread.com/articles/intel_artcl.cfm?article)  
<http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/9317>  
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/9221>  
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/9221>  
<http://www.competencias.gob.ec/wp-content/uploads/2017/06/a.-2017.-POLITICA-DE-TURISMO-DEL-ECUADOR.pdf> 2017  
[. \[www.terra.es/personal3/jcostass/index2.html\]\(http://www.terra.es/personal3/jcostass/index2.html\)](http://www.terra.es/personal3/jcostass/index2.html)  
[http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lco/aguirre\\_p\\_j/capitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/aguirre_p_j/capitulo2.pdf)  
[http://www.fadu.edu.uy/seminario-producto/files/2012/09/Diseno\\_grafico\\_para\\_la\\_gente\\_frascara.pdf](http://www.fadu.edu.uy/seminario-producto/files/2012/09/Diseno_grafico_para_la_gente_frascara.pdf)  
<http://www.ull.es/publicaciones/latina>  
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999fjl/70ita.htm>  
<http://marianaeguaras.com/que-tipografiausar-para-libros-impresos-y-digitales/>  
[http://www.wwf.org.ec/nuestro\\_trabajo/ecoturismo/](http://www.wwf.org.ec/nuestro_trabajo/ecoturismo/)  
<http://www.encyclopediadelecuador.com/historia-del-ecuador/cultura-milagro-quevedo/>  
<http://www.biografiasyvidas.com/monografia/gutenberg/>  
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/1330/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-134.pdf>

<http://unrn.edu.ar/blogs/pt/files/2013/03/6-Ricaurte09-GuiaPlanTuris-ver-fichas-al-final-post-2007.pdf>

<http://unrn.edu.ar/blogs/pt/files/2013/03/6-Ricaurte09-GuiaPlanTuris-ver-fichas-al-final-post-2007.pdf>.

<https://www.ambiente.gob.ec/wp->

<https://www.acnur.org/fileadmin/Documentos/BDL/2008/6716.pdf>

<http://unrn.edu.ar/blogs/pt/files/2013/03/6-Ricaurte09-GuiaPlanTuris-ver-fichas-al-final-post-2007.pdf>

<https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/MANUAL-ATRATIVOS-TURISTICOS.pdf>

<http://www.unostiposduros.com/estilos-graficos-renacimiento-y-clasicismo/>

<http://www.eumed.net/rev/turydes/12/lph.html>

<http://www.academia.edu/download/38185394/investigacioncualitativ>

<https://ebookcentral.proquest.com>

[http://planificaciondeproyectosemirarismendi.blogspot.com/2013/04/tipos-y-diseño-de-la-investigación\\_21.html](http://planificaciondeproyectosemirarismendi.blogspot.com/2013/04/tipos-y-diseño-de-la-investigación_21.html)

[www.turismo.gob.ec/wp.../Reglamento-General-Ley-de-Turismo.pdf](http://www.turismo.gob.ec/wp.../Reglamento-General-Ley-de-Turismo.pdf).

<http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf>

<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>

<http://web.unep.org/americalatinacaribe/es/ecuador-y-onu-medio-ambiente-lanzan-un-llamado-terminar-con-la-contaminación-plásticos>

[http://www.jjcano.com/wp-content/uploads/2011/01/1-1\\_conceptualización\\_turismo\\_alternativo1.pdf](http://www.jjcano.com/wp-content/uploads/2011/01/1-1_conceptualización_turismo_alternativo1.pdf)

<http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/info-snap>

