



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN, HUMANAS Y**  
**TECNOLOGÍAS**

**CARRERA DE LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO**

**Trabajo de grado previo a la obtención del título de licenciado en Diseño Gráfico**

**TRABAJO DE TITULACIÓN:**

**“DISEÑO DE BOOK FOTOGRÁFICO DIGITAL COMO ESTRATEGIA DE  
POSICIONAMIENTO DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE RIOBAMBA”**

**AUTOR:**

**JHONATAN ANDRÉ NARANJO ANDRADE**

**TUTOR:**

**MSc. MANUEL DAVID ISÍN VILEMA**

**RIOBAMBA – ECUADOR**

**2019**

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

REVISIÓN

Los miembros del tribunal de Graduación del proyecto de investigación del título: “DISEÑO DE BOOK FOTOGRÁFICO DIGITAL COMO ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE RIOBAMBA”, presentado por **Jhonatan André Naranjo Andrade** y dirigido por **MSc. David Isín V.** expresan que una vez revisado el informe final del proyecto de investigación con fines de graduación se ha constatado el cumplimiento de las observaciones realizadas y remite la presente para uso y custodia de la biblioteca de la Facultad de Ciencias de la Educación Humanas y Tecnologías. Para constancia de lo expuesto firman:

Arq. William Xavier Quevedo Tumailli Mgs.  
**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**



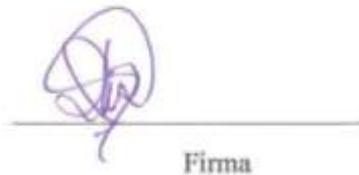
Firma

MSc. Jorge Enrique Ibarra Loza.  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**



Firma

MSc. Santiago Fabián Barriga Fray.  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**



Firma

MSc. Manuel David Isín Vilema.  
**TUTOR DE TESIS**



Firma

## CERTIFICADO DEL TUTOR

Yo, Isín David tutor de tesis y docente de la Facultad de Ciencias de la Educación, Humanas y Tecnologías de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad Nacional de Chimborazo. **CERTIFICO** que en el presente trabajo con el tema **“DISEÑO DE BOOK FOTOGRÁFICO DIGITAL COMO ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE RIOBAMBA”**. De autoría del Señor Naranjo Andrade Jhonatan André portador de la C.I. 020236720-7 ha sido dirigido y revisado durante todo el proceso de investigación. El citado trabajo cumple el 100% con los requisitos metodológicos y requerimientos exigidos por las normas generales para la graduación, de tal virtud autorizo la presentación del mismo para su calificación correspondiente.

Riobamba, 17 de Julio de 2019



---

MSc. Manuel David Isín Vilema

**TUTOR DE TESIS**



DIRECCIÓN ACADÉMICA  
VICERRECTORADO ACADÉMICO



UNACH-RGF-01-04-02.20

## CERTIFICACIÓN

Que, **NARANJO ANDRADE JHONATAN ANDRÉ** con CC: **020236720-7**, estudiante de la Carrera de **DISEÑO GRÁFICO**, Facultad de **CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN, HUMANAS Y TECNOLOGÍAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "**DISEÑO DE BOOK FOTOGRÁFICO DIGITAL COMO ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE RIOBAMBA**", que corresponde al dominio científico **DESARROLLO TERRITORIAL - PRODUCTIVO Y HÁBITAT SUSTENTABLE PARA MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA** y alineado a la línea de investigación **CULTURA VISUAL**, cumple con el 4%, reportado en el sistema Anti plagio nombre del sistema, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 18 de Julio de 2019

Mgs. David Isín  
**TUTOR**

## AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El trabajo de investigación presentado como proyecto de grado, previo a la obtención del título de Licenciado en Diseño Gráfico; el mismo que es original y basado de acuerdo a los parámetros establecidos en la normativa legal de la Facultad de Ciencias de la Educación, Humanas y Tecnologías, de acuerdo al proceso de investigación.

Por tal razón, los fundamentos teóricos, científico y resultados obtenidos son de exclusiva responsabilidad del autor y los derechos le corresponden a la Universidad Nacional de Chimborazo.



---

Jhonatan André Naranjo Andrade

**C.I.: 020236720-7**



---

MSc. Manuel David Isín Vilema

**C.I.: 060440815-3**

## **DEDICATORIA**

El presente proyecto de investigación está dedicado principalmente a Dios, por su bondad y misericordia, por cubrirme con su manto y brindarme un nuevo impulso para seguir con mi carrera; para mi familia por la constancia y el apoyo que me han brindado a lo largo de mi carrera profesional.

A todos los docentes de la carrera de Diseño Gráfico, que, con su profesionalismo, paciencia y de la mejor manera me han formado y enseñando a defenderme de forma independiente forjándome un pensamiento crítico constructivo.

## **AGRADECIMIENTO**

A mi profesor David Isín por su paciencia y dedicación para saber orientarme en este trabajo, a los miembros del tribunal: Santiago Barriga y Jorge Ibarra por su compromiso y profesionalismo; así como la colaboración a mi trabajo.

A la Dirección de Gestión de Turismo por la información brindada sobre los temas que se detallan y por contar con el aval para poder brindar información verídica y sustentada.

A mi madre Elizabeth Andrade y a mi hermana Eliana Naranjo con las cuales he compartido muchos momentos, por apoyarme en el transcurso de mi formación, principales colaboradoras de este proyecto.

A mi padre Julio Cesar Naranjo y a mis primos por darme su mano siempre que lo necesité, por la confianza que nos tenemos y la sinceridad de cada uno de ellos.

A mi novia Karen Ramos por su compañía en el trayecto de este proyecto, por impulsarme y motivarme en este proceso.

## ÍNDICE GENERAL

REVISIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL .....	II
CERTIFICADO DEL TUTOR.....	III
CERTIFICADO DEL PLAGIO .....	IV
AUTORÍA .....	V
DEDICATORIA.....	VI
AGRADECIMIENTO .....	VII
ÍNDICE GENERAL.....	VIII
ÍNDICE DE TABLAS.....	XII
ÍNDICE DE IMÁGENES.....	XIV
RESUMEN .....	XV
ABSTRACT .....	XVI
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	3
1. Marco referencial.....	3
1.1. Planteamiento del problema .....	3
1.2. Formulación del problema.....	4
1.3. Estado actual.....	4
1.4. Preguntas científicas .....	4
1.5. Objetivos.....	5
1.5.1. Objetivo general .....	5
1.5.2. Objetivos específicos .....	5
1.6. Justificación.....	5
CAPÍTULO II.....	7
2. Marco teórico de la investigación.....	7
2.1. Antecedentes de las investigaciones realizadas.....	7
2.2. <i>Book</i> fotográfico .....	7
2.3. La fotografía .....	8
2.3.1. Planos fotográficos .....	8
2.3.2. Tipos de Ángulos.....	10
2.3.3. Tipos de Fotografía.....	12
2.4. ISO.....	13

2.5. Apertura de diafragma .....	14
2.6. Velocidad de obturación .....	14
2.7. Enfoque y desenfoco .....	15
2.8. Tipos de lente .....	15
2.8.1. Normal .....	15
2.8.2. Teleobjetivo .....	16
2.8.3. Gran Angular .....	16
2.9. Regla de los tercios .....	16
2.10. Posicionamiento .....	17
2.11. Historia de la ciudad de Riobamba.....	17
2.12. Atractivos turísticos .....	18
2.11.1. Clasificación .....	19
2.13. Diseño editorial .....	22
2.12.1. Maquetación .....	22
2.12.2. Estilo gráfico .....	23
2.12.3. Formato.....	23
2.12.4. Retícula.....	23
2.12.5. Legibilidad.....	24
2.12.6. Tipografía .....	25
2.12.7. El color .....	25
2.12.8. Psicología del color .....	26
2.12.9. La imagen en los medios impresos.....	27
2.14. Metodología de Robert Scott.....	28
2.13.1. Causa primera.....	28
2.13.2. Causa formal.....	28
2.13.3. Causa material .....	28
2.13.4. Causa técnica .....	28
2.15. Variables de la investigación.....	29
2.14.1. Variable dependiente .....	29
2.14.2. Variable independiente .....	29
CAPÍTULO III .....	31
3. Marco metodológico.....	31
3.1. Enfoque.....	31

3.1.1. Cuantitativo .....	31
3.1.2. Cualitativo .....	31
3.2. Diseño de la investigación .....	31
3.2.1. Analítico .....	31
3.2.2. Histórico-lógico .....	31
3.2.3. Etnográfico .....	32
3.3. Tipo de estudio .....	32
3.3.1. Descriptivo .....	32
3.4. Nivel de la investigación .....	32
3.4.1. Proyectual .....	32
3.4.2. Demográfico .....	33
3.5. Población y muestra .....	33
3.5.1. Población .....	33
3.5.2. Muestra .....	34
3.6. Técnicas para la recolección de datos.....	35
3.6.1. Técnicas .....	35
3.7. Fases y etapas de las técnicas para la recolección de datos.....	35
3.7.1. Entrevistas .....	35
3.7.2. Encuestas .....	36
3.7.3. Fichas de observación.....	36
CAPÍTULO IV .....	37
4. Análisis y resultados.....	37
4.1. Análisis y resultados de encuestados.....	37
Conclusiones - Encuestas .....	45
4.2. Análisis y resultados de las entrevistas.....	45
4.3. Análisis y resultados de las fichas de observación.....	46
4.4. Interpretación del estado actual de los diferentes atractivos turísticos.....	48
4.4.1. Escenarios .....	48
4.4.2. Conductas .....	49
CAPÍTULO V .....	50
5. Desarrollo de la propuesta .....	50
5.1. Introducción.....	50
5.2. Objetivo .....	50

5.2.1. Metodología de Robert Scott.....	50
CAPÍTULO VI.....	106
6.1. Conclusiones.....	106
6.2. Recomendaciones .....	107
BIBLIOGRAFÍA .....	108
ANEXOS .....	XVII

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2.1. Clasificación de atractivos turísticos .....	19
Tabla 2.2. Operaciones de la variable.....	30
Tabla 3.1. Muestreo estratificado .....	33
Tabla 3.2. Población del cantón Riobamba .....	34
Tabla 4.1. Visitas los fines de semana.....	46
Tabla 4.2. Valoración de visitantes .....	47
Tabla 4.3. Comportamiento .....	48
Tabla 5.1. Ficha técnica de fotografía San Juan .....	59
Tabla 5.2. Ficha técnica de fotografía San Juan .....	60
Tabla 5.3. Ficha técnica de fotografía San Juan .....	61
Tabla 5.4. Ficha técnica de fotografía Calpi.....	62
Tabla 5.5. Ficha técnica de fotografía Calpi.....	63
Tabla 5.6. Ficha técnica de fotografía Calpi.....	64
Tabla 5.7. Ficha técnica de fotografía Riobamba.....	65
Tabla 5.8. Ficha técnica de fotografía Riobamba.....	66
Tabla 5.9. Ficha técnica de fotografía Riobamba.....	67
Tabla 5.10. Ficha técnica de fotografía Cubijíes .....	68
Tabla 5.11. Ficha técnica de fotografía Cubijíes .....	69
Tabla 5.12. Ficha técnica de fotografía Cubijíes .....	70
Tabla 5.13. Ficha técnica de fotografía Quimiag .....	71
Tabla 5.14. Ficha técnica de fotografía Quimiag .....	72
Tabla 5.15. Ficha técnica de fotografía Quimiag .....	73
Tabla 5.16. Ficha técnica de fotografía Cacha .....	74
Tabla 5.17. Ficha técnica de fotografía Cacha .....	75
Tabla 5.18. Ficha técnica de fotografía Cacha .....	76
Tabla 5.19. Ficha técnica de fotografía San Luis .....	77
Tabla 5.20. Ficha técnica de fotografía San Luis .....	78
Tabla 5.21. Ficha técnica de fotografía San Luis .....	79
Tabla 5.22. Ficha técnica de fotografía Punín .....	80
Tabla 5.23. Ficha técnica de fotografía Punín .....	81
Tabla 5.24. Ficha técnica de fotografía Punín .....	82
Tabla 5.25. Ficha técnica de fotografía Licto .....	83

Tabla 5.26. Ficha técnica de fotografía Licto .....	84
Tabla 5.27. Ficha técnica de fotografía Licto .....	85
Tabla 5.28. Ficha técnica de fotografía Flores .....	86
Tabla 5.29. Ficha técnica de fotografía Flores .....	87
Tabla 5.30. Ficha técnica de fotografía Flores .....	88
Tabla 5.31. Ficha técnica de fotografía Pungalá .....	89
Tabla 5.32. Ficha técnica de fotografía Pungalá .....	90
Tabla 5.33. Ficha técnica de fotografía Pungalá .....	91
Tabla 5.34. Ficha técnica de fotografía Licán .....	92
Tabla 5.35. Ficha técnica de fotografía Licán .....	93
Tabla 5.36. Ficha técnica de fotografía Licán .....	94

## ÍNDICE DE IMÁGENES

Figura N° 2.1. Tipos de planos .....	10
Figura N° 2.2. Tipos de ángulos .....	12
Figura N° 2.3. Exposición en la fotografía .....	15
Figura N° 2.4. Ley de tercios.....	17
Figura N° 2.5. Retícula .....	24
Figura N° 2.6. Línea emisor-medio, lugar donde actúa el editor .....	24
Figura N° 2.7. El color .....	26
Figura N° 2.8. Psicología del color .....	27
Figura N° 2.9. Ejemplo de creación de un <i>book</i> fotográfico, basada en la metodología de (Scott, 1982) .....	29
Figura N° 4.1. Rangos de edad.....	37
Figura N° 4.2. Género .....	37
Figura N° 4.3. Ocupación.....	38
Figura N° 4.4. Conocimiento de los atractivos turísticos en Riobamba.....	38
Figura N° 4.5. ¿Cuántos atractivos conoce?.....	39
Figura N° 4.6. Medio de información sobre atractivos.....	39
Figura N° 4.7. ¿Cómo recibir información? .....	40
Figura N° 4.8. Importancia de las fotografías en el <i>book</i> .....	40
Figura N° 4.9. Tipos de fotografías a mostrar .....	41
Figura N° 4.10. Tipos de planos en la fotografía .....	42
Figura N° 4.11. Información junto a las fotografías.....	42
Figura N° 4.12. Tiempo en medios digitales .....	43
Figura N° 4.13. Implementación de un libro digital.....	44
Figura N° 4.14. Importancia en la fotografía .....	44
Figura N° 5.1. Machote portada – contraportada .....	53
Figura N° 5.2. Machote páginas internas .....	53
Figura N° 5.3. Formato A4 medidas .....	54
Figura N° 5.4. Márgenes .....	54
Figura N° 5.5. Retícula medias y diagonales .....	55
Figura N° 5.6. Módulos y medianil .....	55
Figura N° 5.7. Separadores de página .....	56
Figura N° 5.8. Página interna lado izquierdo .....	56

Figura N° 5.9. Página interna lado derecho.....	57
Figura N° 5.10. Tipografía .....	96
Figura N° 5.11. Medias y diagonales .....	98
Figura N° 5.12. Diseño de portada .....	98
Figura N° 5.13. Diseño mapa de Riobamba .....	99
Figura N° 5.14. Diseño de separadores de página.....	99
Figura N° 5.15. Diseño Contraportada .....	100
Figura N° 5.16. Cámara <i>raw</i> de <i>Photoshop</i> .....	100
Figura N° 5.17. Herramientas pinceles correctores.....	101
Figura N° 5.18. Herramienta pinceles .....	101
Figura N° 5.19. Cuentagotas .....	102
Figura N° 5.20. Módulos .....	102
Figura N° 5.21. Portada .....	103
Figura N° 5.22. Portadas internas.....	103
Figura N° 5.23. Separadores de página .....	104
Figura N° 5.24. Páginas internas .....	104
Figura N° 5.25. Contraportada .....	105

## UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

### FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN, HUMANAS Y TECNOLOGÍAS

#### “DISEÑO DE BOOK FOTOGRÁFICO DIGITAL COMO ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE RIOBAMBA”

#### RESUMEN

A lo largo de los años el turismo ha ido tomando gran importancia a nivel nacional y por lo mismo ha surgido una necesidad de destacar los principales atractivos turísticos que tiene el cantón Riobamba a nivel local y nacional. Analizando el tema, se toma como estudio las diferentes parroquias urbanas y rurales que tiene el cantón, por medio de una investigación cuali-cuantitativa de tipo descriptiva con encuestas, entrevistas, fichas de observación y visitas a cada destino; estos instrumentos muestran como resultado la falta de información que existe en los infocentros de las parroquias y poca referencia visual que ofrecen.

Riobamba conocida también con el nombre de “La Sultana de Los Andes”; a su alrededor posee nevados y variedad de flora y fauna. El objetivo del trabajo en curso es la creación de un *book* fotográfico digital como estrategia de posicionamiento de los atractivos turísticos enfocado en reconocer al cantón como una opción a visitar.

La investigación descriptiva muestra exactamente las actividades, recorrido, sugerencias y reacciones que los turistas tienen al momento de visitar, sin olvidar de mostrar fotografías de alto impacto, calidad y de un formato de fácil acceso ya el producto final se mostrará en una plataforma online.

**Palabras clave:** Diseño de book fotográfico digital, estrategia de posicionamiento, atractivos turísticos de Riobamba.

## Abstract

Over the years, tourism has been taking great importance at the local and national level and therefore has emerged the need to highlight the main tourist attractions of the Riobamba canton. Analyzing the subject, the different urban and rural parishes that the canton has is taken as a study, through a qualitative research of descriptive type with surveys, interviews, observation sheets and visits to each destination; these instruments show as a result the lack of information that exists in the parish infocenters and little visual reference to offer. Riobamba also known as "La Sultana de Los Andes", around it has snowfall and variety of flora and fauna. The objective of the work in progress is the creation of a digital photo book as a strategy of positioning tourist attractions focused on recognizing the canton as an option to visit. The descriptive research shows exactly the activities, route, suggestions and reactions that tourists have when visiting, without forgetting to show photographs of high impact, quality and an easily accessible format and the final product will be shown up on an online platform.

Keywords: Digital photography book design, positioning strategies and tourist attractions of Riobamba canton.

Reviewed by: Granizo, Sonia

Language Center Teacher



## INTRODUCCIÓN

Hoy en día el mundo se desarrolla en una era digital. La necesidad del ser humano por mantenerse comunicado dentro de la sociedad, ha llevado a que varios servicios y productos tengan distintas maneras de venderse en internet de manera rápida, objetiva y central.

A lo largo de un recorrido y el estudio de artículos sobre turismo, tecnología, diseño editorial y fotografía que fueron explorados en esta investigación cuali-cuantitativa de tipo descriptiva, se determina que: Ecuador cuenta con un sinnúmero de turismo con gran riqueza de flora y fauna; ofrece atractivos naturales, culturales, históricos y gastronómicos además de una variedad en cultura y tradición. El cantón Riobamba no podía quedarse atrás, mejor conocida como “La Ciudad de las Primicias” sin duda alguna aquí existe variedad de atractivos turísticos, de los cuales las personas tienen poco conocimiento, añadiendo que la mayoría de estos se encuentran ubicados en la zona rural del cantón y no tienen mayor reconocimiento y/o posicionamiento dentro de un proceso de publicidad. Teniendo en cuenta el conocimiento en las diferentes áreas que contiene diseño gráfico, se toma por reto el “Diseño de un *book* fotográfico digital como estrategia de posicionamiento de los atractivos turísticos de Riobamba” para incrementar la afluencia de visitantes en los mismos.

La elaboración del *book* fotográfico digital, es uno de los elementos más factibles para usarse dentro de este ámbito por la facilidad para informarse tomando en cuenta que será la mejor forma de protección ambiental ya que se evitará impresiones y contaminación; así también, se podrá visualizar fácilmente en plataformas digitales que permitan un mejor acceso a la misma. Tendrá fotografías profesionales, llamativas que permitan conocer de alguna forma el atractivo, así mismo, con información y guías que brinden ayuda a los visitantes exponiendo algunas pautas y referencias con la intención de experimentar una comunicación visual.

La presente investigación está sujeta en cinco capítulos en los cuales se detalla:

En el capítulo I se expone el planteamiento del problema que es la falta de información, el estado actual donde se evidencia la falta de registro fotográfico, los objetivos y la justificación mostrando la razón de la realización del producto en curso.

El capítulo II se plantea el marco metodológico que abarca las fundamentaciones teóricas donde se expone conceptos de fotografía, clasificación de atractivos turísticos y diseño gráfico que ayudan a la investigación, además de la recolección de datos bibliográficos para fundamentar los conocimientos.

A continuación, en el capítulo III se detalla el marco metodológico en donde se muestra temas como: enfoque metodológico a seguir, el diseño que tendrá la investigación y el método, que, de modo ordenado y sistemático se llegará a la solución del problema para levantar la información necesaria que será procesada y permita saber el problema de la investigación.

El universo serán personas que estén interesados en la visita a futuro de los atractivos en Riobamba, de aquí se extraerá la muestra para así proceder a determinar a los turistas potenciales sobre los cuales se trabajará.

En el capítulo IV se expone los resultados obtenidos después del desarrollo de la investigación en el que se dará a conocer el análisis de los datos y resultados obtenidos mediante los métodos de investigación elegidos.

En el Capítulo V, se da a conocer la propuesta de *briefing* que tendrá la maquetación del libro fotográfico por medio de la metodología de *Robert Scott* para llegar al producto final.

En el capítulo VI se enumerarán las conclusiones que dan a conocer la importancia de la realización del *book* fotográfico, de la misma forma las recomendaciones dirigidas al uso adecuado del producto, además de mostrar la bibliografía utilizada a lo largo de la investigación.

Mediante el desarrollo del *book* fotográfico digital se contribuirá a elaborar el posicionamiento a largo plazo de los atractivos turísticos de Riobamba, que al manejarlo con el uso correcto y formal, llegará a tener una gran aceptación por parte de los turistas y conseguir posicionarse en la mente de los consumidores para exponer aquellos que necesitan una guía previa a la exploración de los mismos.

# CAPÍTULO I

## 1. Marco referencial

### 1.1. Planteamiento del problema

Ecuador, un país de gran diversidad, se encuentra situado en el centro del mundo, posicionado en la línea ecuatorial, que cuenta con innumerables atractivos turísticos siendo estos naturales y patrimoniales. Es importante dar a conocer que, en la provincia de Chimborazo, en el cantón Riobamba existen numerosos sitios que ofertan la riqueza cultural, la que es admirada por quienes lo visitan.

Riobamba cuenta con un pasado histórico siendo reconocida como la Ciudad de las Primicias, la primera en ser planificada y teniendo el primer Cabildo Municipal, la primera Constituyente y la primera Constitución del Ecuador, el primer estadio, la primera plaza de toros, entre otros dentro del casco urbano y las parroquias rurales en su mayoría con atractivos naturales.

Las parroquias del cantón cuentan con infocentros, en los cuales se brinda información al turista que así lo requiera; no existe material suficiente para la satisfacción necesaria. Así las técnicas de información y comunicación actúan como canal que permite un lenguaje fluido, rápido y bidireccional con otros agentes del entorno. Las nuevas generaciones, requieren que se les oriente a usar y manejar estas tecnologías (Cepeda, 2018)

Los problemas conllevan a una deficiencia en una empresa y como consecuencia se obtiene la disminución de los clientes fijos y un nivel bajo en el mercado (Ruilova, 2018). Desde ese mismo punto de vista se plantea que, al no tener una buena información que brindar, material para guianza, buen estado de los lugares; los turistas no tendrán un sitio atrayente que quieran visitar; así surge la pregunta ¿cómo llegar a conocer los diferentes atractivos sin una guía previa, sin la suficiente información que un viajero necesita y mucho menos sin tener una visualización previa de los sitios que se pone a disposición? Al plantear esta pregunta, surge uno de los problemas que ha generado un posicionamiento débil en su valor cultural que es necesario resolverlo: la información visual que persuade e incentive a visitar los diferentes puntos de mayor atracción.

El diseño de un *book* fotográfico digital, busca generar un lenguaje visual más objetivo y preciso para crear impacto con imágenes profesionales y aferrando al turista a que se interese con los temas que se presentan generando recordación y posicionamiento.

## **1.2. Formulación del problema**

¿Es posible potenciar los atractivos turísticos de Riobamba a través de un *book* fotográfico digital?

## **1.3. Estado actual**

Riobamba cuenta con información poco detallada de sus atractivos turísticos siendo esto un gran problema que no le permite llegar a ser una potencia turística. El sector rural se enfoca principalmente en aventura y deportes extremos mientras que el sector urbano posee cultura e historia. Su privilegiada ubicación geográfica en el centro del Ecuador, le permite tener afluencia turística.

Al momento de solicitar guianza, los diferentes centros de información turística no tienen una referencia visual que ofrecer; la falta de un banco fotográfico variado, es uno de los motivos para que personas interesadas en el turismo dejen visitarlos, además, el material promocional presentado a turistas, está desactualizado e incompleto y no abarca por completo los centros de atracción que el cantón ofrece.

Entre las necesidades que surgen al momento de conocer los atractivos están: el horario de atención de los atractivos, el recorrido a seguir para llegar al destino, la disponibilidad de un guía local, el nivel de conservación del atractivo tanto en el sector urbano como rural.

## **1.4. Preguntas científicas**

- ¿Cuál es el estado actual relacionado al posicionamiento que tienen los atractivos turísticos?
- ¿Cuáles deberían ser los parámetros técnicos de diseño a considerar para la realización de un *book* fotográfico digital?
- ¿Qué metodología se debería utilizar para la realización del diseño *book* fotográfico digital?

## **1.5. Objetivos**

### **1.5.1. Objetivo general**

Diseñar un *book* fotográfico digital de los atractivos turísticos de Riobamba.

### **1.5.2. Objetivos específicos**

1. Diagnosticar el estado actual del posicionamiento de los atractivos turísticos de Riobamba.
2. Determinar técnicamente los parámetros para la realización del *book* fotográfico digital de los atractivos turísticos de Riobamba.
3. Elaborar el diseño del *book* fotográfico digital a través de la metodología de Robert Scott.

## **1.6. Justificación**

Riobamba, capital de la provincia de Chimborazo, posee una gran variedad de atractivos turísticos que generan ingresos a sus habitantes; presentando información impresa poco satisfactoria para las personas.

La constante evolución de la tecnología y el alcance global en la actualidad, permite que la información llegue a más público a través de las plataformas digitales, que son de fácil acceso a información, de tal manera, se ha visto oportuno el desarrollo de este producto comunicativo.

Entre los beneficios del uso de medios digitales está el ahorro de materiales como papel, tintas y transporte, lo cual es una contribución con el medio ambiente, además de la facilidad al momento de usar el *book*.

La importancia del proyecto de investigación es generar información actualizada, con fotografías reales y centrado en destacar los atractivos turísticos que incentivarán y apoyarán al desarrollo del turismo de cada sector, alcanzando reconocimiento como potencia turística, mayor acogida y calidad de vida de los habitantes de las diferentes parroquias de Riobamba.

El bajo nivel de afluencia turística que tienen los diferentes centros de información de cada parroquia y la escasa difusión en el tema de publicidad, no permite el conocimiento

para los turistas locales. Cabe mencionar que el aporte de las fuentes primarias con información sobre los diferentes atractivos permitirá la realización de este producto.

## CAPÍTULO II

### 2. Marco teórico de la investigación

#### 2.1. Antecedentes de las investigaciones realizadas

En estudios investigativos realizados con anterioridad se evidencia la creación de un *book* fotográfico, encontrando un antecedente encaminado dentro de la carrera:

**a. Evidencia 1:** Denominado: “*Producción de un libro fotográfico sobre las tradiciones, recursos naturales, gastronomía y atractivos que posee Baños*” un proyecto aplicado en Cuenca – Ecuador en la Universidad Politécnica Salesiana por Eliana Beatriz Banegas Minchalo.

Tiene como objetivo revalorizar y promover la riqueza cultural que posee la parroquia de Baños de Cuenca.

Aquí se menciona que la realización de un libro fotográfico enmarca aspectos culturales desde distintas perspectivas, sustenta valores palpados en cada fotografía y se pretende realizar con un texto de acompañamiento con información referente (Banegas, 2018).

**b. Evidencia 2:** Denominado: “*Desarrollo de un book fotográfico de los ritos de la Cultura Shuar para fortalecer la identidad de la zona en los jóvenes de 12 a 18 años de edad*” realizada en Quito – Ecuador en la carrera de Diseño Gráfico Empresarial en la Universidad Tecnológica Israel por José Patricio Arias Calle.

Este tiene como objetivo desarrollar un *book* fotográfico de los ritos de la cultura Shuar para fortalecer la identidad de la zona en los jóvenes. Se menciona sobre el buen uso de una fotografía, no solo como imagen si no como percepción, además de lo que puede causar en sus lectores mayor impacto visual que una ilustración o quizás un pictograma de similares características que posee un cuadro fotográfico (Arias, 2015).

#### 2.2. *Book* fotográfico

Un *book* de fotos es un conjunto de fotografías que suelen emplear modelos, actores, actrices o bailarinas por motivos profesionales para mostrar su mejor aspecto. Evidentemente, para conseguir el mejor resultado en los *books* de fotos, es necesario contar con el trabajo de un fotógrafo profesional (Archerphoto, 2016).

Aquí se recopila las mejores fotografías dentro de la sesión, en las cuales se demuestra el profesionalismo. En una sesión se dejar volar la imaginación, jugar con la profundidad de campo enfocando y desenfocando los planos que sean de interés, tomar muy en cuenta las siluetas al igual que el contraluz siendo simpáticas y evocadoras y jugando con la perspectiva (Musso, 2017).

Entonces es la reunión de las mejores fotografías que se han realizado en una o varias sesiones, mostrando la mejor faceta de personas o sitios turísticos. Deben estar realizadas por un profesional, ya que exige técnica, tiempo de realización y equipo acorde a las necesidades.

### **2.3. La fotografía**

En el libro titulado *Pintura y fotografía. El diálogo entre dos lenguajes*, (Fernández, 2009) afirma lo siguiente:

La fotografía posee un principio histórico en la pintura, porque las dos son expresiones artísticas con un objetivo de inmortalizar momentos y las expresiones en el tiempo, a través de un fotograma. Que es dirigido por el autor a su voluntad mediante una cámara, para dar a conocer a muchas personas. Hace de fuente para el servicio de información histórica por lo tanto es la base para la pintura de personajes desaparecidos o fallecidos (p. 3).

Es una herramienta científica, histórica y artística que nos permite registrar o inmortalizar los momentos en el tiempo y el espacio, expresándose a través de imágenes que van a formar parte de la información valiosa y precisa para las personas.

#### **2.3.1. Planos fotográficos**

En la actualidad existen varios tipos de planos en la fotografía; a continuación, se nombran los más importantes.

##### **a. Plano General**

Es la fotografía que fija la totalidad del lugar de los hechos, tomada desde un solo lugar o desde diferentes ángulos. (Monguít, 2007).

Aquí toma protagonismo todos los elementos enmarcados, sin desenfocar ni restar importancia a ninguno de ellos.

### **b. Plano Conjunto o Entero**

Es el plano más justo que se puede realizar de una persona, animal o cosa sin que el encuadre corte ninguna parte del mismo. Incluye desde los pies hasta la cabeza y puede variar en función de la posición del sujeto (Castromil, 2015).

En este plano intervienen los personajes junto al escenario de forma que ambos comparten el protagonismo de la fotografía sin perder detalle alguno dentro del encuadre.

### **c. Primer plano**

Es el plano de la cabeza y, si se quiere ampliar un poco más, del cuello y los hombros. Es un plano cercano a la esencia del retratado, quizá más cercano a la distancia habitual en la que nos situamos físicamente cuando nos encontramos con otras personas (Fuster, 2018).

Se encarga de resaltar únicamente al personaje mostrando primordialmente su rostro, este tipo de fotografía se encuadra desde los hombros hasta su cabeza restándole importancia al fondo.

### **d. Plano medio**

Este plano se caracteriza por encuadrar al personaje desde la cabeza hasta la cintura. Es un plano muy utilizado en moda y en retratos ‘formales’ (entrevistas, retratos oficiales, presentadores de noticias...). Se considera un tipo de retrato intermedio en el que ya se empiezan a asociar los sentimientos y la intimidad al sujeto fotografiado (Blois, 2010).

Para ejecutar este tipo de plano se debe tomar en cuenta el encuadre de la fotografía, inicia desde la cintura de la persona hasta la cabeza, cuidando siempre detalles como las manos, generalmente este plano se utiliza en modelos y retratos de criterio más formal.

### **e. Plano americano**

Muestra 3/4 de la persona, cortando justo por debajo de las caderas, a medio muslo (León, 2016).

En este plano es recomendable tener en cuenta la parte final ya que corta las piernas; aquí el escenario puede aparecer desenfocado, pero no al cien por ciento.

### f. Primerísimo primer plano

Se logra encuadrando desde la cabeza (cortando por el medio o por encima de la frente) hasta la punta del mentón (Luna, 2010).

Este tipo de plano tiene como fin el destacar el rostro de la modelo, en el caso de los objetos se mostrará lo más destacado del mismo.

Fuente: Jhonatan Naranjo (2019)

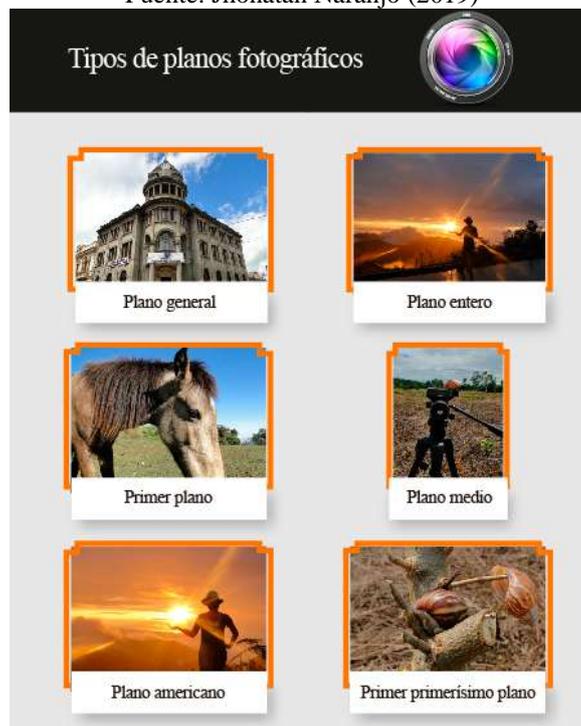


Figura N° 2.1. Tipos de planos

### 2.3.2. Tipos de Ángulos

#### a. Normal

Probablemente este sea el ángulo más utilizado. Se caracteriza por la toma de la fotografía al nivel del sujeto principal. Estas fotos suelen ser de una apariencia más natural, y dan una sensación de estabilidad y tranquilidad, ya que es la manera en que vemos nuestro alrededor (Vazquez, 2015).

Este tipo de ángulo se realiza paralelo al suelo a una altura semejante al personaje, objeto o paisaje transmitiendo equilibrio y tranquilidad ya que de esta manera el ojo humano percibe el mundo.

### **b. Picado**

La foto se toma a una altura superior a la de los elementos de la escena. Este punto de vista tiende a disminuir el peso visual de los sujetos u objetos fotografiados. Si lo utilizamos en paisajes, podremos conseguir reducir la presencia del fondo (Liarte, 2010).

En este ángulo por lo general se usa para denotar más importancia al escenario y menos a los personajes para transmitir debilidad o humillación. También ayuda a los fotógrafos a estructurar un mejor ángulo de visión para obtener una fotografía amplia en escenarios grandes.

### **c. Contrapicado**

La fotografía se realiza desde un lugar más bajo que el motivo tomado, quedando este más alto que la cámara. Debido a la perspectiva que se genera, el objeto se aprecia engrandecido visualmente, puede en algunos casos connotar enaltecimiento, importancia o poder (Velázquez, 2016).

Permite tener la sensación de imponentia y superioridad además de que objetos o personas bajas tengan mayor altura. Además, se usa mucho en fotografía paisajista en donde los escenarios son muy amplios y el encuadre del fotógrafo no cubre la totalidad.

### **d. Cenital**

Colocamos la cámara desde arriba, totalmente perpendicular al suelo. El ángulo cenital es muy usado en producciones cinematográficas o tomas desde helicóptero para grabar extensiones muy amplias. O los mapas por satélite son el ejemplo más representativo de ángulo cenital (Becerra, 2015).

Para realizar este ángulo la cámara se debe ubicar en la parte superior de tal modo que con el lente se enfoque directamente hacia el piso en un ángulo de 90 grados.

### **e. Nadir**

Este es plano contrario al anterior, ya que en este caso la cámara apunta directamente hacia el cielo, por lo que lo podemos considerar un contrapicado “radical o extremo” (la cámara se sitúa prácticamente perpendicular al objeto fotografiado) (Minguihni, 2017).

Este ángulo permite incrementar la sensación del contrapicado, se realiza perpendicular al suelo, encuadrando el motivo y parte del cielo.



Figura N° 2.2. Tipos de ángulos

Fuente: Jhonatan Naranjo (2019)

### 2.3.3. Tipos de Fotografía

#### a. Fotografía artística

Está considerada como otra expresión de arte más, al igual que el pincel y el lienzo es una herramienta para el artista, la cámara fotográfica pasa a ser otra herramienta más para que los artistas expresen sus emociones, va más allá de la belleza formulándonos preguntas y planteamientos que en ocasiones pueden habernos pasado desapercibidos en el día a día (Parra, 2016).

Este tipo de fotografía principalmente es usada para obras de exhibición, el fotógrafo debe tener la habilidad de componer con los elementos transmitiendo emociones y sensaciones al público.

#### b. Fotografía documental

La fotografía documental pretende representar fielmente y congelar un fragmento o momento de la realidad. Se centra en las personas y en los grupos sociales para mostrar aspectos de su vida cotidiana.

Este tipo de fotografía, principalmente está ligada a plasmar la realidad en una captura; como (Canon, 2019) en su blog menciona que en este tipo de foto sólo hace referencia a las imágenes que muestran evidencias de que un evento o situación realmente ocurren.

### **c. Fotografía aérea**

Tiene como objetivo tomar desde una gran altura hacia la tierra captando la mayor cantidad de imagen, para realizar este tipo de fotografía se utilizan drones o un fotógrafo sobre un helicóptero o avión.

### **d. Fotografía nocturna**

En el blog de (FotoNostra, 2017) dice que a pesar de que se conoce que para capturar una buena fotografía es necesario luz y, en principio, parece que la noche puede influir, en este tipo de fotografías existe la configuración adecuada para capturarla. Las condiciones de luz determinarán qué técnicas y qué accesorios (aquí principalmente usado el trípode) serán necesarias para la fotografía.

La fotografía nocturna es compleja, por la técnica que se emplea ya que esta se puede realizar en modo manual o Bulb con los criterios técnicos necesarios, la ayuda del trípode es fundamental ya que la cámara dispara en tiempos de larga exposición.

### **e. Fotografía de paisajes**

Aquella que se toma para exhibir la naturaleza en su plenitud, como las tomas aéreas o submarinas, usualmente muy abiertas y llenas de color (Raffino, 2018).

Tiene como fin destacar el paisaje siempre enfocando todos los puntos dentro del encuadre sin perder el detalle y su colorido que es característico, por lo general se utilizan planos abiertos.

## **2.4. ISO**

La sensibilidad ISO es un parámetro que permite indicar al sensor qué cantidad de luz debe recoger. Los captadores de imágenes tienen una sensibilidad nativa, que normalmente coincide con el valor ISO más bajo que se habilita desde los controles de la cámara, pero es posible incrementarla amplificando la señal que reciben los fotodiodos,

que son las diminutas celdillas del sensor (cada fotodiodo es el responsable de recoger la información de un píxel) (López, 2016).

Es preciso mencionar que para obtener una buena foto se debe tener en cuenta la apertura del diafragma y la velocidad de obturación; siendo así que para cada cámara los valores son diferentes. La sensibilidad ISO es la capacidad que tiene el sensor de la cámara para captar luz (Lopez, 2016). Esto quiere decir que, mientras los números más bajos tenga la configuración de la cámara, menos sensible es a la luz recalando que a mayor ISO (mayor entrada de luz) puede afectar notablemente la exposición y el ruido que se produce en la fotografía, llegando a ser muy alto.

### **2.5. Apertura de diafragma**

En su curso de *Fotografía Digital*, (Rodriguez, 2017) expone que:

Con el diafragma (F) se regula la entrada de luz hacia el exposímetro, el cual nos indicará si es excesiva o insuficiente, en función de la velocidad que hayamos sugerido para la escena (p. 10, 11).

Es decir, que ha menor apertura del diafragma tiene más entrada de luz y menor profundidad (el objetivo nítido y el restante del campo desenfocado). Se recomienda trabajar con un foco abierto (2.8 a 4) para que la fotografías salga sin exceso de luz ni ruido.

### **2.6. Velocidad de obturación**

Es algo parecido a una cortina que se abre unos instantes para que la luz incida sobre el sensor. La velocidad de obturación se mide en segundos o fracciones de segundo teniendo la superficie baja como para que la foto no aparezca movida, aproximadamente 1/60 s.

Si se desea obtener imágenes de personas u objetos en movimiento necesitan trabajar a altas velocidades de obturador para congelar ese movimiento (Bozal, 2015).



Figura N° 2.3. Exposición en la fotografía  
Fuente: (Team, 2016)

## 2.7. Enfoque y desenfoque

El enfoque y desenfoque es una de las funciones características que más debe manejar un fotógrafo. (Freeman, 1999) en su libro *El Estilo en Fotografía*, argumenta que el enfoque y desenfoque es igual al ojo humano, como cualquier lente también enfoca lo que se desea en donde se proyecta imágenes que solo se enfocan una parte; esto quiere decir que, el fotógrafo profesional sabe que debe y puede elegir como punto de enfoque en donde el objetivo se observe con claridad y el resto del campo quede desenfocado, sin la posibilidad de tener una imagen clara de lo que se observa.

Generalmente el momento que una fotografía sale desenfocada es algo que no se observa de manera estética porque el ojo humano quiere que el objeto que este más cercano a la cámara sea el punto focal. Otro de los elementos que hace que la fotografía esté enfocada y/o desenfocada depende también de la velocidad de obturación cuando un sujeto se mueve muy rápido; ocurre algo equivalente el momento en que se mueve la cámara.

## 2.8. Tipos de lente

### 2.8.1. Normal

Este tipo de lentes tienen la visión similar a la del ojo humano, esto varía dependiendo de del tamaño de la imagen observada y a la distancia que se encuentra el observador.

Este tipo de lentes poseen un campo de obturación amplio y la perspectiva que se tiene es bastante atractiva y se asemeja mucho más en la forma que el ojo humano puede visualizar (Fernandez, 2016).

### **2.8.2. Teleobjetivo**

Reciben esta nomenclatura los objetivos cuya distancia focal es alta, generalmente más de 135mm y en el caso de los superteleobjetivos de 400mm en adelante. Su principal cualidad es acercar los objetos fotografiados, nos permiten tomar fotos a objetos o personas que se encuentran a gran distancia de la cámara (Belcastro, 2010).

Este lente permite tener un manejo del *zoom*, a distancias extensas es recomendable utilizar un trípode para que la fotografía no esté movida por los niveles de sensibilidad a la vibración.

### **2.8.3. Gran Angular**

Esta lente produce una imagen con una perspectiva que da una sensación de mayor profundidad: los objetos y las personas modifican su aparente volumen de acuerdo a la distancia que estén ubicados con respecto a la cámara, lo que está muy cerca de cámara se agranda exageradamente y aquello más lejano se achica también de forma exagerada (Fernandez, 2016).

En esta clasificación no existen variedad de lentes sino más bien se da lugar a una variedad de ángulos de visión. Son perfectos para capturar paisajes por su gran amplitud y por su precisión, además para planos muy abiertos.

## **2.9. Regla de los tercios**

Se trata sencillamente de dividir el encuadre en tres tercios verticales y horizontales. Si situamos el elemento principal en una línea o un punto áureo la mirada irá más fácilmente hacia lo que queremos mostrar (Regazzoli, 2019).

La ley de tercios permite la composición de la fotografía de una manera más profesional, donde admite escoger los cuatro puntos de mayor atracción visual, por tal modo se utiliza al ser fácil de aplicar y efectiva.

En la fotografía de paisajes se utiliza principalmente la línea horizontal dando más fuerza a la tierra y la línea inferior que da más fuerza al cielo.



Figura N° 2.4. Ley de tercios

Fuente: (El blog de la fotografía, 2018)

## 2.10. Posicionamiento

El posicionamiento es una base fundamental para todas aquellas organizaciones que pretendan diferenciarse y tener una larga vida (Fajardo, 2010)

Dicho de otra manera, es el lugar que ocupa una marca en la mente del consumidor; tomando en cuenta la competencia que es la principal batalla para la pregnancia que se emite en el público objetivo, permitiendo crear lazos de fidelidad y preferencia frente a la competencia.

Esto permite diferenciar y dar importancia a una marca que representa a una empresa a través de un sistema ordenado. Los niveles de preferencia de los consumidores indican la acogida que tienen en su público objetivo.

## 2.11. Historia de la ciudad de Riobamba

Riobamba es la primera ciudad española fundada en tierras del actual Ecuador, llamada también como la ‘Sultana de los Andes’ su historia empieza con la antigua capital de los Puruháes que significa *llanura limpia* (EcuRed, 2018). Muy conocida por sus exóticos y hermosos lugares turísticos naturales, culturales e históricos que brinda a los turistas locales y nacionales. En el centro de Riobamba se puede encontrar edificios con antecedentes históricos muy interesantes como el Neoclasicismo. Una de las ciudades más conocidas a nivel nacional principalmente por recordar que el sábado 4 de febrero de 1797, un terremoto destruyó la ciudad. Este cantón cuenta con 5 parroquias urbanas:

Lizarzaburu, Maldonado, Velasco, Veloz y Yaruquíes y 11 parroquias rurales: Cacha, Calpi, Cubijíes, Flores, Licán, Licto, Pungalá, Punín, Químiag, San Juan y San Luis; tiene una población de 225741 habitantes de acuerdo al censo realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).



Figura 2.1. Mapa de Riobamba  
**Fuente:** Jhonatan Naranjo (2019)

## 2.12. Atractivos turísticos

En la revista titulada: *El patrimonio cultural como opción turística*, algunos aspectos de la cultura de los primeros habitantes; fundamentalmente ciertos elementos tangibles, como pueden ser la arquitectura monumental o tradicional, la producción artesanal o la gastronomía se vinculan al viaje turístico (Pator, 2013).

Puede ser de interés del público por su cultura, historia, belleza, que mediante estas características ofrece mucha diversión, distracción y aventuras distintas para salir de la monotonía. Esto genera economía para la población destinada y reconocimiento para la misma.

### 2.11.1. Clasificación

Tabla 2.1. Clasificación de atractivos turísticos

<b>CATEGORÍA: ATRACTIVOS NATURALES</b>			
<b>COD</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
01	Montañas	Alta montaña	Elevaciones con alturas superiores a 4800 msnm.
		Media montaña	Elevaciones con alturas superiores a los 4800 msnm, y menores a 4800 msnm.
		Baja montaña	Pequeñas elevaciones con una altura inferior a 4000 msnm.
02	Planicies	Llanura	Llano de gran extensión
		Valle	Llanura entre montes o alturas
03	Desiertos	Costero	Próximos a la costa
		Del interior	Entre las cadenas montañosas de los Andes
04	Ambientes Lacustres	Lago	Gran masa de agua en extensas hondonadas de terreno
		Laguna	Extensión de agua de menores dimensiones del lago
		Pantano	Extensiones de tierra parcialmente con vegetación.
		Pozo	Concavidad en la que hay agua detenida, el río es más profundo.
05	Ríos	Río	Corriente agua de continua caudalosa.
		Riachuelo	Río de escaso caudal y profundidad que puede secarse.
		Cascada	Caída desde cierta altura del agua.
		Ribera	Margen y orillas del río

06	Bosques	Páramo	Entre 3400 msnm. 4500 msnm, desde altitudes de 2800 msnm.
		Ceja de selva	Bosque prominente del borde de la cordillera entre el páramo y el bosque nublado.
		Nublado	Bosque nuboso de la cordillera ubicado entre 2500 y 3400 msnm.
		Manglar	Formaciones vegetales de plantas leñosas litorales
		Seco	Recibe poca precipitación y se caracteriza por la baja humedad relativa.
		Petrificado	Aquí algunos árboles se han convertido en piedra por acción de presión por temperatura y reposición de minerales dentro de la tierra.
07	Aguas Subterráneas	Manantial de Agua Mineral	Fuentes de agua que contienen minerales en disolución
		Manantial de Agua Termal	Fuentes de agua caliente de más de 29 grados centígrados y que tienen minerales en disolución.
08	Fenómenos Espeleológicos	Cueva o caverna	Cavidades naturales o artificiales que se extienden por una superficie y se ramifican.
		Río subterráneo	Corrientes de agua subterránea
09	Fenómenos Geológicos	Flujo de lava	Lugar por donde baja un río o lava en un volcán.
		Cañón	Paso estrecho entre dos altas montañas.
		Quebrada	Riachuelo que no tiene profundidad ni caudal.
10	Costas o Litorales	Playa	Ribera del mar, formada de arenales en superficie plana.
		Bahía	Entrada natural de mar, de extensión considerable.
		Estero	Terreno bajo pantanoso que se llena de agua lluvia o por la filtración de un río con plantas acuáticas.

11	Ambientes Marinos	Arrecife	Banco formado en el mar por piedras, puntas de roca.
		Cráter	Desfogue volcánico marino.
<b>CATEGORÍA: MANIFESTACIONES CULTURALES</b>			
01	Arquitectura	Histórica	Civil, religiosa, militar, vernácula
		Museos	Se exhiben objetos y/o curiosidades de ciencias, arte, historia, etc.
		Ciudad patrimonial	Asentamientos urbanos que en la historia perdieron importancia económica o política y mantuvieron dimensiones básicas hasta nuestros días.
		Monumentos	Construcción en honor a una persona o hechos.
		Espacio público	Es propiedad estatal y de dominio y uso de la población
02	Folclore	Pueblo y/o nacionalidad	Asentamientos que conservan rasgos relevantes propios de su cultura.
		Artesanías y artes	Son los objetos generalmente elaboran con materiales locales.
		Medicina ancestral	Medicina natural aborigen.
		Ferias y mercados	Aquí exponen su productos agrícolas, animales o artesanales para su comercialización.
		Música y danza	Se utilizan instrumentos propios y trajes típicos.
		Gastronomía	Alimentos propios de cada región.
03	Realizaciones Técnicas y Científicas	Exhibición de flora y fauna	Aquí se observan las formas de vida y comportamiento de especies botánicas y animales.
		Explotaciones agropecuarias y pesqueras	Se refiere a campos o complejos de producción agrícola, ganadera con características notables que generan visitación.

		Explotaciones industriales	Fábricas, factorías y complejos donde la materia prima se transforma.
		Eventos artísticos	Relacionados con la música, teatro, cine, pintura y danza.

**Fuente:** (Ministerio de Turismo, 2017)

### 2.13. Diseño editorial

Según el libro *Manual de Diseño Editorial* de De Buen (2005), el diseño editorial es una de las ramas más completas y complejas en el diseño gráfico. Requiere no solamente de una buena dosis de creatividad, sino conocer y dominar la técnica en la que se va a producir, saber aplicar nuestro idioma y cómo generar un archivo original que sea lo más amigable posible para producción. Sea desde un folleto hasta un libro de arte, resulta básico conocer las reglas, dominarlas y aplicarlas.

El diseño editorial no solo implica cuidar la ortografía y los párrafos de un texto; se compone de una maquetación estratégica con el objetivo de dar una mejor visualización al lector por unidad armónica en el texto, imagen y diagramación (incluyendo los diseños de portadas, diseños del interior de libros) y la impresión con estética.

Al analizar sobre el tema y según la opinión de De Buen (2005): “La comunicación ha de ser directa y diáfana para que las palabras del autor alcancen pronto al lector, con bastante impacto, y para que el vínculo no decaiga mientras dure la lectura siendo primordial comprender como se estructura cada obra empezando por el orden en cada párrafo con jerarquía y módulos que ayuden al lector a comprender cada descripción de manera clara y precisa” (p. 53).

Por medio de esta rama del diseño gráfico la información se puede dar a conocer e interpretar el mensaje del contenido e impulsa a una mejor divulgación del mismo siempre y cuando sea atractivo y redactado de manera legible.

#### 2.12.1. Maquetación

La maqueta está compuesta por las guías invisibles donde se colocan los elementos de la publicación, está estructurada por los márgenes en la parte exterior y la retícula (Zanón, 2017).

La maquetación permite obtener fluidez al momento de presentar al lector módulos, columnas y medidas de las cajas de imágenes. Comprende los diferentes aspectos comunicacionales e informativos que requiere cada página que contenga el libro o revista.

### **2.12.2. Estilo gráfico**

La lectura de una imagen conlleva un proceso intelectual de entendimiento, que implica que el espectador ponga parte de su inteligencia y experiencia en el proceso (Orceró, 2014).

El diseñador al momento de trabajar deberá pensar muy detenidamente en su grupo objetivo principal ya que no es solo como el autor lo proponga sino también como interpretará el lector. Hace referencia a la estética del trabajo, debe tener una personalidad propia y que se distinga del resto de publicaciones, además de ser coherente para captar la atención inmediata.

### **2.12.3. Formato**

El libro *Diseño Gráfico de Productos Editoriales Multimedia*, expresa que normalmente hay que buscar el equilibrio entre la altura y anchura para mantener una proporción acorde a la utilidad del trabajo para elegir un formato adecuado al momento de trabajar (Orceró, 2014).

El tamaño del área que se utiliza para realizar la composición deberá ser muy importante ya que es elegido a conveniencia. Por lo general los formatos de una sola columna se emplean en libros, muestra solo texto junto a una imagen mientras que los de dos columnas tienen más posibilidades de combinar texto e imágenes.

### **2.12.4. Retícula**

Conjunto de hilos o líneas que se ponen en un instrumento óptico para precisar la visualización (Española, 2019).

Actualmente se usa para organizar la información en cualquier diseño; con esto se logra distinción del maquetado con más claridad y continuidad en donde se modela de mejor forma. Se puede usar en modo de columnas, módulos o por medio de jerarquía.

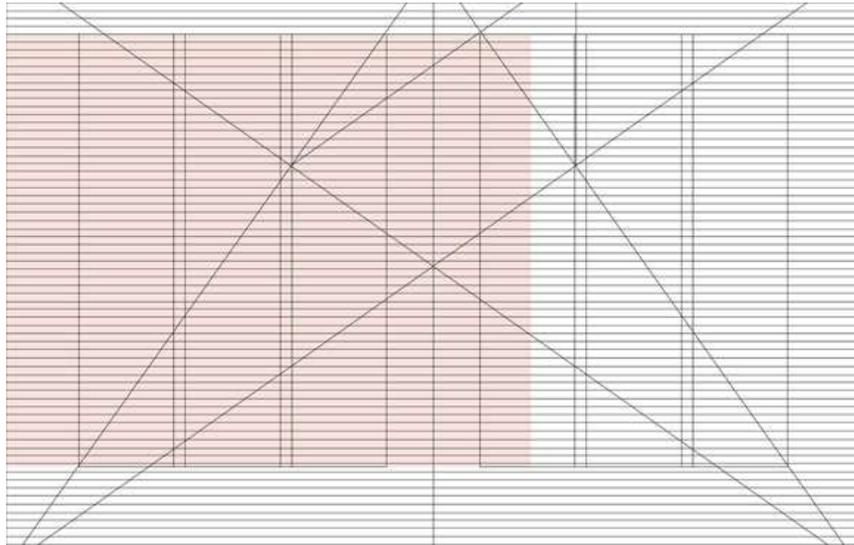


Figura N° 2.5. Retícula

Fuente: (Alejandro, 2013)

### 2.12.5. Legibilidad

Para que el lector pueda comprender de manera fluida el mensaje del libro que se está exponiendo, debe pensar como editor y como el medio por el cual se está transmitiendo la idea; por esta razón no se deberá presentar información inapropiada que pueda afectar el trabajo, el momento en que esta pasa desde el editor al consumidor, el tendrá la libertad de dar sus opiniones sin obstáculo.

Al momento de trabajar en el medio se debe enlazar los dos procesos extremos de comunicación (emisor y perceptor).

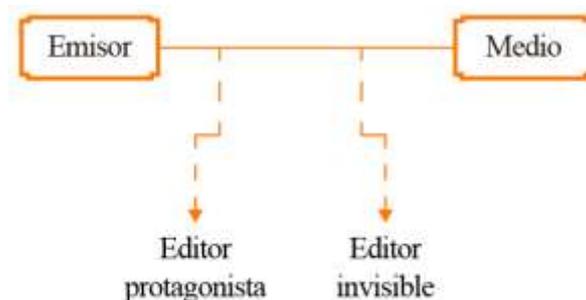


Figura N° 2.6. Línea emisor-medio, lugar donde actúa el editor

Fuente: (de Buen, 2012) adaptado por el autor

### **2.12.6. Tipografía**

El cuerpo de la obra debe tener una organización, y esta tiene que ser evidente para el lector desde la primera vez que entra en contacto con el libro.

Son varias formas de textos con diferentes moldes y estilos, algunas con familias tipográficas variantes. Previo a esto se debe manejar profesionalmente la forma en que se aplica y aunque no existen normas para poder utilizarla, la combinación de varias de ellas de la manera correcta depende del diseñador, priorizando la funcionalidad que tienen en cada uno de los diseños.

### **2.12.7. El color**

El color es un fenómeno perceptual de vital importancia a la hora de desarrollar un diseño (Orceró, 2014).

Es una aplicación estéticamente necesaria en el ámbito del diseño que provoca enganche. También tiene relación con el texto ya que es un tema que comprende una gran cantidad de espacio.

Es indispensable tener en cuenta la función que tiene el uso de colores con objetivos psicológicos que tengan un peso significativo en la mente del consumidor; se toma en cuenta también los colores corporativos de cada institución, lo que permite que esto refuerce su identidad. Se puede asegurar también que el buen uso de los colores ayuda a dar sentido de organización.

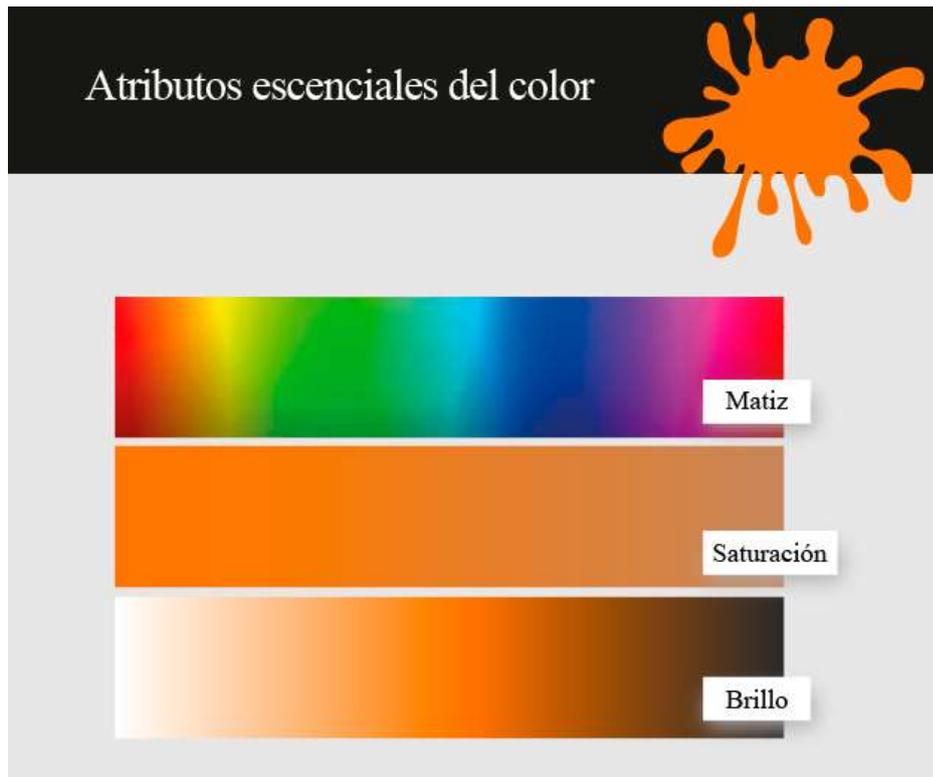


Figura N° 2.7. El color

Fuente: Jhonatan Naranjo

### 2.12.8. Psicología del color

El color puede llegar a ser la traducción visual de nuestros sentidos, o despertar estos mediante la gama de colores utilizados. Son las diferentes impresiones que emanan del ambiente (Ricupero, 2007).

Es importante al momento de elaborar un mensaje debido a la mezcla de emociones y sensaciones que puede llegar a tener. Muchos autores expertos en el tema de diseño editorial, aseguran que es asertivo también usar las imágenes de la marca, para recordar los mismos y crear un vínculo más extremo.

Al momento de visualizar color en un diseño, el observador tiene diferentes interpretaciones además de influir radicalmente el estado de ánimo de los mismos.



Figura N° 2.8. Psicología del color

Fuente: Jhonatan Naranjo

### 2.12.9. La imagen en los medios impresos

Aunque una imagen en sí ya representa un lenguaje y nos relata una historia, su utilización en los medios impresos es diferente. En un diario la información que se muestra debería ser una copia de la realidad, porque representa información, complementa el hecho noticioso y por ética debe carecer de cualquier tipo de manipulación, distorsión o alteración de la realidad (Ghinaglia, 2018).

Debe existir un proceso creativo en el que se planifique la foto, teniendo en cuenta el concepto y la edición de la misma para obtener el resultado deseado; la edición fotográfica ayuda a realizar el concepto que se quiere dar a conocer.

## **2.14. Metodología de Robert Scott**

Para Robert Scott, “diseñar es un acto fundamental en la vida de cualquier persona” (1982 p. 32), dicho de otra forma, en todas las acciones que realiza el ser humano siempre involucra el diseño en todo el campo.

Ahora, para llegar a desarrollar todo este campo de funcionalidad se aplica la pregunta ¿cómo podemos establecer si un diseño cumple su finalidad? Para responder esto se necesita fundamentaciones que logren explicar que es lo que sucede en el momento en que se está diseñando, para lo cual creó cuatro etapas que explican el proceso de diseño.

### **2.13.1. Causa primera**

Esta causa explica la necesidad humana, por la cual se desarrolla el diseño. Se estudia al individuo explorando que es lo que hace falta o necesita para satisfacer las necesidades, sabiendo explorar el tema; comenzando por una investigación para saber cómo actuar.

### **2.13.2. Causa formal**

En este punto empieza el bocetaje y la creatividad para empezar a entablar el diseño. Se establece la forma técnica y los recursos, conociendo de antemano la problemática del estado actual para así llegar al estado deseado.

### **2.13.3. Causa material**

Aquí entran los materiales con los cuales se trabajará en el diseño. Examinar cada material es importante para la realización del producto, permitiendo mejorar las ideas y posterior el diseño a realizarse.

### **2.13.4. Causa técnica**

Finalmente, en esta causa, es necesario tener información sobre las nuevas herramientas o maquinarias a usarse en determinado proyecto (Scott, 1982).

El conocimiento de las herramientas a utilizarse es fundamental para la realización del producto.



Figura N° 2.9. Ejemplo de creación de un *book* fotográfico, basada en la metodología de (Scott, 1982)

Fuente: Jhonatan Naranjo (2019)

## 2.15. Variables de la investigación

### 2.14.1. Variable dependiente

Estrategia de posicionamiento de atractivos turísticos de Riobamba.

### 2.14.2. Variable independiente

Diseño de *book* fotográfico digital.

Tabla 2.2. Operaciones de la variable

VARIABLES	CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<b>Independiente:</b> Diseño de <i>book</i> fotográfico digital	Un <i>book</i> fotográfico hace referencia a la manera de presentar distintas opiniones e información a quien esté interesado en el tema que se explica.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Turistas</li> <li>- Entorno</li> <li>- Fotografía</li> <li>- Información</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fotografía</li> <li>- Formatos fotográficos</li> <li>- Diseño editorial</li> <li>- Publicidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Guía de encuestas (encuestas)</li> <li>- Guía de entrevistas (entrevistas)</li> <li>- Criterio de expertos</li> <li>- Ficha de observación</li> </ul>
<b>Dependiente:</b> Estrategia de posicionamiento de los atractivos turísticos de Riobamba	El posicionamiento se refiere al lugar que ocupa una marca o producto en la mente de los consumidores en relación a su competencia.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Competencia</li> <li>- Comunicación</li> <li>- Público Objetivo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tipo de atractivos turísticos</li> <li>- Patrimonio nacional</li> <li>- Parques, patrimonio y reservas naturales</li> </ul>	

Elaborado por: Jhonatan Naranjo

## CAPÍTULO III

### 3. Marco metodológico

#### 3.1. Enfoque

##### 3.1.1. Cuantitativo

Mediante encuesta se recolectó información de un aproximado de las preferencias que los turistas requieren dentro del *book* fotográfico para un mejor maquetado y toma de fotografías mostrando con claridad y definición para saber exactamente dónde se inicia el problema.

##### 3.1.2. Cualitativo

Se basa en la obtención de datos en principio no cuantificables, basado en la observación (Martínez, 2015).

La entrevista permite un mejor desarrollo de la problemática real permitiendo dar un punto de vista profesional hacia el investigador mientras que mediante la ficha de observación se conocer el comportamiento de las personas frente a los sitios turísticos.

#### 3.2. Diseño de la investigación

##### 3.2.1. Analítico

Este método permitió segmentar al público, tomando importante información de cada uno de ellos, basado en elementos principales detrás del tema como conocer de forma directa quienes visitaban las diferentes categorías de atractivos para comprender en profundidad.

##### 3.2.2. Histórico-lógico

Es la mezcla entre lo histórico que está relacionado con la trayectoria de lo que ocurre en una determinada etapa y lo lógico que son las leyes generales fijadas para el funcionamiento del mismo.

Enfocado en conocer más a fondo las parroquias urbanas y rurales de Riobamba junto con los atractivos turísticos, para posteriormente describir de manera adecuada cada destino como un lugar amigable, seguro y espectacular para el visitante, donde se vea la cultura, naturaleza y su historia; de modo que se convierta en el mejor conducto comunicacional que promueva y promoció el destino.

Se toma en cuenta la evolución de los atractivos turísticos, archivos y datos que puedan presentarse a los usuarios de los mismos.

### **3.2.3. Etnográfico**

Por medio de este método se logra la exploración a la sociedad para estudiar los problemas descriptivos e interpretativos por medio de su estilo de vida (como es el comportamiento de una familia, por medio de la observación).

Al participar directamente con los habitantes de las distintas parroquias del cantón, también se pudo compartir diferentes puntos de vista y conocer directamente toda la información que pudieran brindar a los investigadores, conociendo situaciones y anécdotas, palpando cómo cada atractivo es acogido por los turistas, logrando así que la información sea verídica.

## **3.3. Tipo de estudio**

### **3.3.1. Descriptivo**

Los estudios descriptivos permiten detallar situaciones y eventos, es decir cómo es y cómo se manifiesta determinado fenómeno y busca especificar propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis (Sampieri, 2014).

Mediante la descripción de acceso, ubicación, horarios de atención, alojamiento, actividades de recreación y algunas recomendaciones que cada uno de los atractivos (dependiendo su categoría y ubicación) se ofrece una guía corta que reconoce a los turistas a desenvolverse de mejor manera frente a cada atractivo.

Se especifica las características de la población, situación o área de interés que requieren visitar, además, describe la situación actual en la que se encuentran los atractivos para una mejor comprensión y expectativa que se puede originar en la mente del interesado.

## **3.4. Nivel de la investigación**

### **3.4.1. Proyectual**

El método proyectual como una serie de operaciones necesarias, dispuestas en un orden lógico dictado por la experiencia con el objetivo de conseguir un máximo resultado

con el mínimo esfuerzo (Munari, 2015). Para realizar este método se toma en cuenta la metodología de Robert Scott afirmando que diseñar es un acto fundamental cada vez que se hace algo que tenga un objetivo definido.

### 3.4.2. Demográfico

Sirve para el análisis de las comunidades humanas. Se estudió de manera directa a recintos y parroquias urbanas y rurales que existen en el cantón Riobamba y sus diferentes comportamientos al mantener relación con los turistas que pretenden visitar los atractivos.

### 3.5. Población y muestra

La población que se toma para la investigación es la ciudadanía de Riobamba considerando un estrato de territorio; es decir, entre las parroquias de San Juan, Quimiag, Pungalá y Riobamba por tener mayor afluencia de turistas.

Tabla 3.1. Muestreo estratificado

<b>Estrato</b>	San Juan	Quimiag	Pungalá	Riobamba
<b>Tamaño de la población</b>	7370	5257	5954	156723
<b>Tamaño final de la muestra</b>	20	15	16	40

Fuente: (INEC, 2017)

Elaborado por: Jhonatan Naranjo

#### 3.5.1. Población

El universo a estudiar está compuesto por adultos mayores, adultos, jóvenes y niños de género masculino y femenino que pertenecen a un estrato social medio – medio alto.

El cantón Riobamba está compuesto de la siguiente manera:

Tabla 3.2. Población del cantón Riobamba

<b>POBLACIÓN DEL CANTÓN RIOBAMBA</b>		
<b>CENSO 2017</b>		
<b>TOTAL</b>	<b>HOMBRES</b>	<b>MUJERES</b>
225.741	106.840	118.901

**Fuente:** (INEC, 2017)

**Elaborado por:** Jhonatan Naranjo

### 3.5.2. Muestra

Se trabajará con la muestra que a continuación se detalla:

**N:** Tamaño de la población total

**k:** Nivel de confianza (91 %)

**e:** Error muestral (9%)

**p:** Proporción de individuos que poseen esa característica en la población (50%)

**q:** Proporción de individuos que no poseen esa característica en la población (50%)

**n:** Tamaño de la muestra (número de encuestas a realizarse)

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

$$n = \frac{1,69^2 * 0,5 * 0,5 * 225741}{(0,09^2 * (225741 - 1)) + 1,69^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 91$$

N	225.741
k	1,69
e	0,09
p	0,5
q	0,5
<b>n</b>	<b>91</b>

El total de encuestas a realizar es 91 y se distribuyen mediante un muestreo de acuerdo al número y géneros del público en el cantón Riobamba.

### **3.6. Técnicas para la recolección de datos**

#### **3.6.1. Técnicas**

##### **a. Observación**

El instrumento a usarse es la ficha de observación en las cuales se determinará la frecuencia de asistencia a los atractivos, el uso y comportamiento que tienen las personas el momento en que lo visitan.

##### **b. Entrevista**

Se usará una guía de entrevista que estuvo dirigida al personal de la Dirección de Turismo: director, técnicos de turismo y diseñador gráfico que engloban ese equipo de trabajo.

##### **c. Encuesta**

Una guía de encuesta ayudará a conocer la situación actual y preferencias que tiene la ciudadanía.

### **3.7. Fases y etapas de las técnicas para la recolección de datos**

#### **3.7.1. Entrevistas**

- **Fase 1: Establecer preguntas para los entrevistados**

Se formularon 8 preguntas, en las cuales se pretende recolectar información sobre las falencias que tiene el manejo del turismo en Riobamba.

- **Fase 2: Aprobación**

Mediante una guía profesional se tomó en cuenta la objetividad y coherencia de las preguntas del cuestionario.

- **Fase 3: Ejecución**

En un diálogo establecido con el director de turismo Cristian Cruz en la Dirección de Gestión de Turismo Riobamba, se llegó al acuerdo de realizar el mismo día las entrevistas. A continuación, se efectuó las entrevistas utilizando una cámara fotográfica profesional para poder grabar y evidenciar las respuestas. Al finalizar se agradeció por el tiempo dedicado a la entrevista.

- **Fase 4: Análisis de resultados**

Se detallan las conclusiones y se explica las respuestas obtenidas en las entrevistas.

### 3.7.2. Encuestas

- **Fase 1: Población elegida**

Para determinar la muestra de población, se toma en cuenta los datos del INEC del año 2017 tomados de la página web oficial y mediante la fórmula finita se obtuvo una muestra de 91 personas.

- **Fase 2: Planteamiento de preguntas**

Está realizada mediante tres secciones para reflejar la recolección de datos. En la primera se detallan los datos demográficos del encuestado, en la segunda parte se especifican datos generales que consta de 5 preguntas en donde se requiere saber el conocimiento y el medio por el cual se informó de los atractivos y finalmente la tercera parte detallando los datos técnicos para la toma de fotografías.

- **Fase 3: Ejecución**

La encuesta se aplicó a las personas aleatorias en las parroquias de San Juan, Quimiag, Pungalá y Riobamba. Previo una socialización del objetivo de la encuesta se solicitó cordialmente completar el cuestionario que tiene como objetivo recopilar datos relevantes en relación a la creación de un *book* fotográfico digital.

- **Fase 4: Análisis de resultados**

Aquí se detalla los gráficos generados por medio de la tabulación de los resultados del modelo de encuesta realizado a los diferentes ciudadanos.

### 3.7.3. Fichas de observación

- **Fase 1: Registro fotográfico**

Para proceder al registro fotográfico se visitó de manera puntual los atractivos de las parroquias que se toman como muestra (San Juan, Quimiag, Pungalá y Riobamba) fotografiando los aspectos más importantes de estos lugares.

- **Fase 2: Análisis e interpretación de resultados**

Para una mejor exposición, seguidamente se dará a conocer el análisis de las fichas de observación.

## CAPÍTULO IV

### 4. Análisis y resultados

#### 4.1. Análisis y resultados de encuestados

##### SECCIÓN 1: Datos demográficos

###### Edad

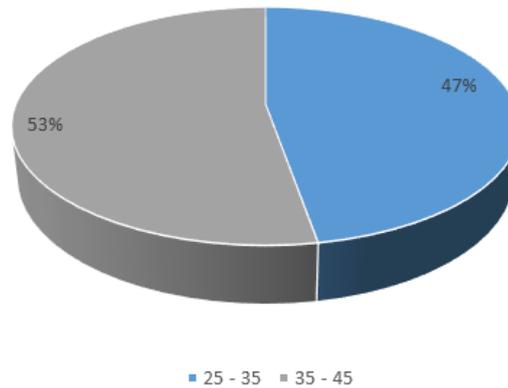


Figura N° 4.1. Rangos de edad  
Fuente: Instrumento I - Encuesta  
Elaborado por: Jhonatan Naranjo (2019)

###### Género

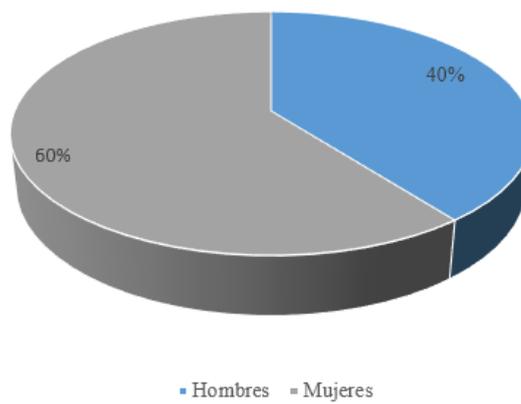


Figura N° 4.2. Género  
Fuente: Instrumento I - Encuesta  
Elaborado por: Jhonatan Naranjo (2019)



Figura N° 4.3. Ocupación

**Fuente:** Instrumento I - Encuesta

**Elaborado por:** Jhonatan Naranjo (2019)

Se realizaron 91 encuestas específicamente en las parroquias de San Juan, Quimiag, Pungalá y Riobamba por tener mayor afluencia de turistas; los mismos que tienen diferentes ocupaciones siendo la mayor cantidad mujeres dentro de un rango de edad de 25 a 45 años.

## SECCIÓN 2: Datos generales

### Pregunta 1: ¿Conoce usted los atractivos turísticos de Riobamba?

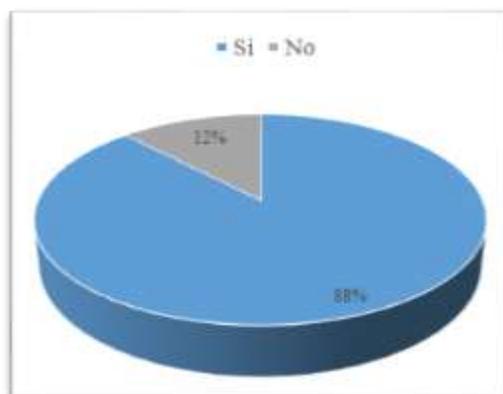


Figura N° 4.4. Conocimiento de los atractivos turísticos en Riobamba

Fuente: Instrumento I - Encuesta

Elaborado por: Jhonatan Naranjo (2019)

**Análisis:** La mayoría de personas encuestadas, han manifestado que sí han visitado al menos un atractivo, siendo el más nombrado el Nevado Chimborazo en tanto, el 12% de la población encuestada no lo ha hecho. Por lo tanto, la gran mayoría de encuestados no conocen muchos de los atractivos que ofrece el cantón.

**Pregunta 2: Indique ¿Cuántos atractivos turísticos de Riobamba conoce?**

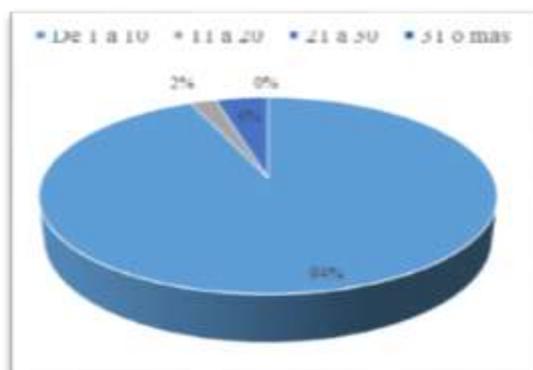


Figura N° 4.5. ¿Cuántos atractivos conoce?

Fuente: Instrumento I - Encuesta  
Elaborado por: Jhonatan Naranjo (2019)

**Análisis:** El 94% de personas conoce entre 1 a 10 atractivos siendo los más nombrados Nevado Chimborazo, Agujas de Whymper Puente de los Curiquingues y algunos lugares de la zona urbana como la Estación del Tren, Casa Museo, Catedral y las principales iglesias; mientras que la minoría indicó que conoce de 11 a 30 atractivos y son los menos visitados: Lagunas de Pungalá y Lagunas del Altar.

**Pregunta 3: ¿Por qué medio recibió información de los atractivos turísticos de Riobamba?**

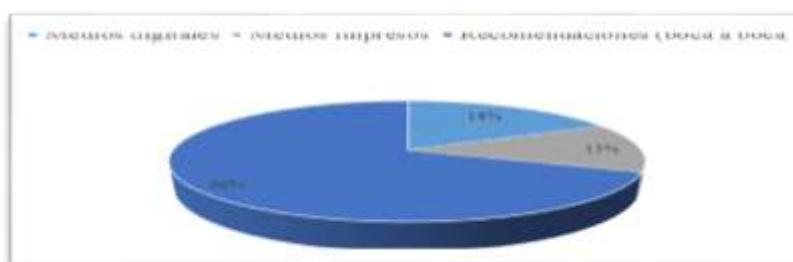


Figura N° 4.6. Medio de información sobre atractivos

Fuente: Instrumento I - Encuesta  
Elaborado por: Jhonatan Naranjo (2019)

**Análisis:** En la gráfica se muestra que el 69% de la población conoce los atractivos turísticos del cantón por medio de las recomendaciones (que recibe de boca a boca), el 13% por medios impresos y un 18% por medios digitales. Por tanto, se determina que no hay información en las plataformas digitales que ofrece el Municipio de Riobamba, de tal manera que, para hacer más atractiva la información, los editores se dieron cuenta que los contenidos, además de interesantes, deben entrar por los ojos al lector/consumidor (Recio, 2017).

**Pregunta 4: ¿Cómo le gustaría a usted recibir la información de los atractivos turísticos de Riobamba?**

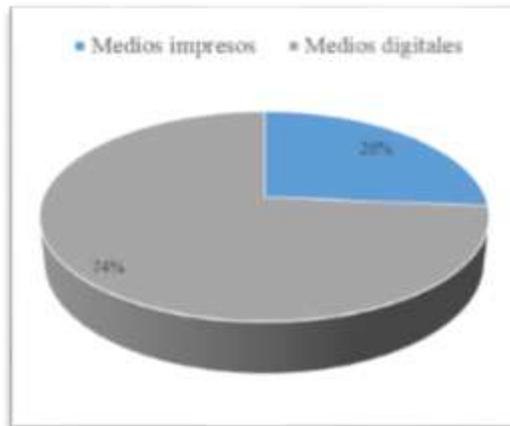


Figura N° 4.7. ¿Cómo recibir información?  
Fuente: Instrumento I - Encuesta  
Elaborado por: Jhonatan Naranjo (2019)

**Análisis:** En la gráfica se muestra que el 26% de población le gustaría recibir información por medios impresos haciendo más sencilla el poder manejarlo, mientras que el 74% prefiere medios digitales por la facilidad de uso. Entonces se concluye que las herramientas digitales facilitan el acceso a la información y el mensaje llega de manera directa al consumidor, por esta razón, el vicepresidente a nivel mundial para Pymes de H.P. John Brennan menciona que la misión de las empresas que suministran los diferentes tipos de tecnología en este mercado sigue siendo clara (Tiempo, 2014).

**Pregunta 5: ¿Cree usted que es importante la fotografía al momento de recibir la información?**

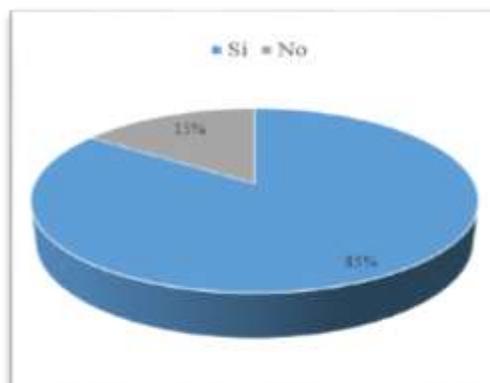


Figura N° 4.8. Importancia de las fotografías en el *book*  
Fuente: Instrumento I - Encuesta  
Elaborado por: Jhonatan Naranjo (2019)

**Análisis:** En la gráfica se muestra que el 15% de personas piensan que no es indispensable una fotografía al momento de recibir información y el 85% de la población piensa que es atractivo ver fotografías para poder retener la información por consiguiente la objetividad de la fotografía le confiere un poder de credibilidad ausente en toda obra pictórica. Sin importar cuales sean las objeciones de nuestro espíritu crítico, estamos obligados a creer en la existencia del objeto representado, es decir, vuelto presente en el tiempo y en el espacio. La fotografía tiene el beneficio de una transferencia de realidad de la cosa sobre su reproducción (Elizalde, 2017).

### SECCIÓN 3: Datos técnicos

**Pregunta 6: ¿Qué tipo de fotografía le motiva a visitar un atractivo turístico?**

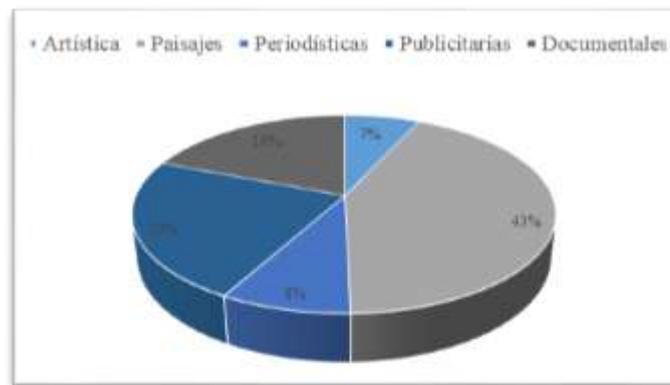


Figura N° 4.9. Tipos de fotografías a mostrar  
Fuente: Instrumento I - Encuesta  
Elaborado por: Jhonatan Naranjo (2019)

**Análisis:** La mayoría de encuestados (43%) prefiere fotos de paisajes, el 23% las fotos publicitarias y el 19% documentales. La mayor atracción al momento de observar una fotografía son los paisajes. Ciertamente la fotografía de un paisaje no tiene un lenguaje y la luz no tiene una gramática, y en cambio millones de libros sólo intentan explicarlos. (Macfarlane, 2017)

**Pregunta 7: ¿Qué tipo de plano prefiere usted al momento de observar una fotografía turística?**

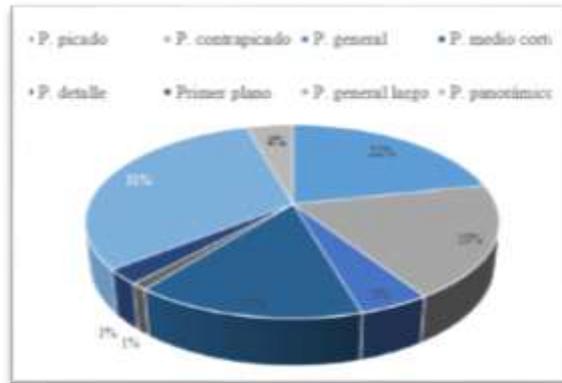


Figura N° 4.10. Tipos de planos en la fotografía

Fuente: Instrumento I - Encuesta  
Elaborado por: Jhonatan Naranjo (2019)

**Análisis:** El 31% de los encuestados prefieren un plano general largo, el 22% plano picado, el 19% el plano contrapicado, el 15% plano medio corto, mientras que los restantes de la muestra (14%) prefieren otros tipos. Así se determina que el plano general alargado es el ideal porque el turista puede observar más del 90% el atractivo mostrando también una gran cantidad de paisaje, pero no de una manera tan lejana. Suele tener también algo que protagoniza el plano, un punto de interés, no es simplemente un paisaje amplio (Zerbes, 2016).

**Pregunta 8: ¿Le gustaría recibir información específica adjunta a las fotografías de los atractivos turísticos?**

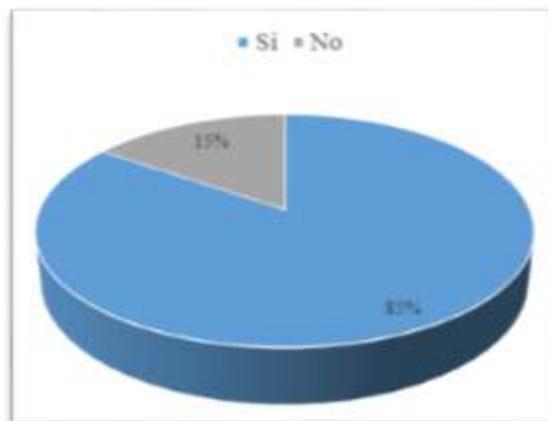


Figura N° 4.11. Información junto a las fotografías

Fuente: Instrumento I - Encuesta  
Elaborado por: Jhonatan Naranjo (2019)

**Análisis:** La mayoría de encuestados (85%) prefiere recibir imágenes adjuntas a la información del atractivo, debido a la mejor retentiva que produce, además, si la imagen es lo suficientemente atractiva o emotiva, nuestro cerebro la almacena directamente y probablemente la recuerdes toda tu vida. Si la acompañamos de texto, este tiene que ser simple, corto y fácil (Sancho, 2018).

**Pregunta 9: ¿Cuánto tiempo dedica diariamente usted a la revisión de medios digitales?**

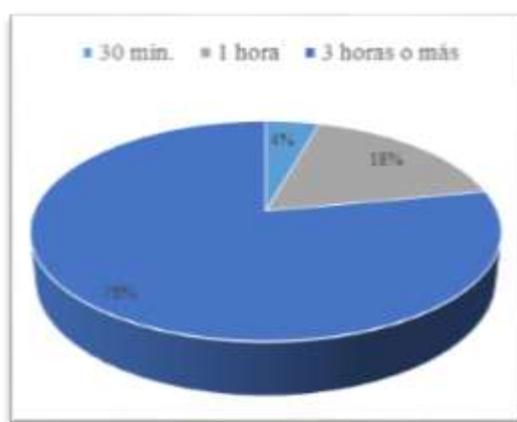


Figura N° 4.12. Tiempo en medios digitales

Fuente: Instrumento I - Encuesta  
Elaborado por: Jhonatan Naranjo (2019)

**Análisis:** El 78% de la muestra utiliza medios digitales más de 3 horas, lo que indica que hay un alto índice de personas que gustan de la información digital, por lo que será muy beneficio la realización del libro digital. Así las redes sociales tienen diferentes funciones y objetivos que podemos usar y adaptar a nuestros gustos y necesidades (Rodríguez, 2015).

**Pregunta 10: ¿Cree usted que es necesario la implementación de un libro fotográfico digital?**



Figura N° 4.13. Implementación de un libro digital

**Fuente:** Instrumento I - Encuesta  
**Elaborado por:** Jhonatan Naranjo (2019)

**Análisis:** El 95% de encuestados aseguran que un libro digital acerca de los atractivos turísticos de Riobamba es la manera más conveniente de promocionar los mismos, mientras que solo el 5% asegura no serlo. Así como menciona (Kamen, 2014) es significativo que el método para rescatar el libro en papel tenga que ser digital, porque esa es la dirección en que la marea está fluyendo.

**Pregunta 11: Indique la importancia que tiene cada uno de estos factores al momento de obtener una fotografía turística**



Figura N° 4.14. Importancia en la fotografía

**Fuente:** Instrumento I - Encuesta  
**Elaborado por:** Jhonatan Naranjo (2019)

**Análisis:** La mayoría de la muestra encuestada con un (44%) prefiere nitidez en una fotografía, aunque también prefieren calidad (35%) y adjunta información complementaria (11%). Por lo tanto, una foto que cumpla con estas características tiene un mejor impacto en el público objetivo sin dejar de lado el texto informativo.

### **Conclusiones - Encuestas**

Gracias a la investigación realizada a los sujetos de estudio, se logró identificar que los turistas nacionales que visitan el cantón, prefieren conocer otros lugares de lo que habitualmente se visita y tener nuevas aventuras.

La mayoría de encuestados prefiere un material digital que tenga la facilidad de descargar y abrir en el momento en que lo necesiten, con fotografías de calidad, nitidez y sobre todo que contengan información adicional de cada lugar. Pocos fueron los turistas que realmente conocen los atractivos que se ofertan en Riobamba.

#### **4.2. Análisis y resultados de las entrevistas**

Se llevó a cabo 3 entrevistas que fueron realizadas a profesionales en la rama que están vinculados directamente. Específicamente se menciona al Director encargado de la Dirección de Gestión de Turismo: Cristian Cruz, a una Analista de Turismo: María Alicia Noboa y a un Diseñador Gráfico: Roberto Ricaurte. Se elige a estos encuestados por su jerarquía y experiencia de cargo dentro de la Dirección de Turismo para ampliar el criterio profesional.

Cristian Cruz (Entrevistado, 18 de abril, 2019) dice que los atractivos no dependen solo de ellos mismos si no de las actividades que se le dé aparte para posicionar en la mente del consumidor. Parte de la metodología que se debe implementar es el buen manejo de los medios, con contenido de calidad que ilustre y visualice los lugares ofertados. Cabe mencionar que a través de los medios digitales se puede comunicar de mejor manera ya que son más versátiles, ayudan al medio ambiente y tiene un alcance extenso.

Recalca que una falla dentro del turismo riobambeño es la segmentación no adecuada en el público objetivo; los atractivos naturales que se ofrece son excluidos de sus visitas, ya que por falta de información muchas personas no logran llegar al destino.

Las fotografías deben ser retocadas, pero no sobre expuestas ya que se brindaría una visión distorsionada de lo que realmente se puede observar el momento de la interacción.

Los visitantes tienen poco conocimiento de lo que se ofrece principalmente en las parroquias rurales; en cada sitio los pobladores, tienen poca información para ayudar a la guianza además de la falta de guías locales que dificulta aún más la llegada.

### 4.3. Análisis y resultados de las fichas de observación

Se elaboró un modelo de ficha de observación aplicada a 31 personas tomando en cuenta las cuatro parroquias con mayor afluencia de turistas luego de realizar una regla de tres, con base en la muestra desarrollada para la encuesta y así evaluar la frecuencia, uso y comportamiento de las personas que visitan los atractivos turísticos; cada ficha se encuentra elaborada por el encabezado, objetivo y los aspectos a evaluar de los lugares turísticos.

**Parroquias**

**N° instrumentos**

12



91

4

X (número de fichas de observación)

$$X = \frac{91 \cdot 4}{12}$$

$$X = 30,3$$

**Pregunta 1:** ¿Visita al menos una persona los atractivos turísticos los fines de semana?

Tabla 4.1. Visitas los fines de semana

SÍ	NO
97%	3%

Fuente: Instrumento III – Fichas de observación  
Elaborado por: Jhonatan Naranjo (2019)

Se concluye que la mayoría de los atractivos de Riobamba son visitados los fines de semana, aunque no hay turistas en gran cantidad y tampoco tienen conocimiento de todos los existentes.

**Pregunta 2:** Valoración de los visitantes dentro de los atractivos

Tabla 4.2. Valoración de visitantes

<b>Entrada abierta</b>	Regular
<b>Atención al cliente</b>	Regular
<b>Ubicación</b>	Buena
<b>Información sobre el atractivo</b>	Mala
<b>Infraestructuras</b>	Buena
<b>Medios digitales</b>	Mala
<b>Señalética</b>	Regular
<b>Normas de higiene</b>	Buena
<b>Mantenimiento del atractivo</b>	Buena
<b>Busca de guías locales</b>	Regular

Fuente: Instrumento III – Fichas de observación  
Elaborado por: Jhonatan Naranjo (2019)

Se concluye que todos los parámetros mencionados anteriormente tienen una buena calificación, exceptuando la información sobre los atractivos y medios digitales que se usan. Turistas ocasionales argumentan falta de preparación en los guías locales y algún tipo de información que pueda direccionar para llegar con mayor facilidad a su destino.

### Pregunta 3: Comportamiento de los visitantes

Tabla 4.3. Comportamiento

<b>Toman fotos</b>	<b>Revisa celular</b>	<b>Inquieto por el entorno</b>	<b>Interactúa con el atractivo</b>	<b>Solo mira</b>	<b>Selfis</b>	<b>Observa flora y fauna</b>	<b>Solicita información</b>	<b>Atento a otra actividad</b>
25%	3%	7%	20%	7%	11%	5%	22%	0%

Fuente: Instrumento III – Fichas de observación

Elaborado por: Jhonatan Naranjo (2019)

Entre los puntos mencionados anteriormente los que más sobresalen al momento de que turistas visiten los atractivos son: tomar fotos, interactúan con el entorno y pedido de información.

#### 4.4. Interpretación del estado actual de los diferentes atractivos turísticos

##### 4.4.1. Escenarios

De acuerdo a los resultados de las encuestas, gran porcentaje de turistas no conocen al 100% sobre los atractivos. Muchos de ellos están ubicados en la parte rural del cantón principalmente en la parroquia de San Juan como Las Agujas de Whympar, Cuartel de los Incas, Nevado Chimborazo, Templo Machay, entre otros; seguido por Calpi con La Moya, Museo Cultural de la Llama, Palacio Real, Quilla Pacari, etc.; Quimiag que abarca algunas cascadas y lagunas que pertenecen al Nevado El Altar.

Algunos de los atractivos turísticos presentan un ambiente natural, otros están acompañados de estilos neoclásicos históricos llenos de cultura y tradición. En cuanto a los atractivos turísticos naturales, su acceso depende de las condiciones climáticas además se debe tener en cuenta también la variedad animales exóticos que se encuentran en cada área. Para cada uno existen diferentes áreas de satisfacción según las necesidades que tenga el turista (centros de salud, infocentros, zonas de camping), lamentablemente muchos de ellos no cuentan con un acceso adecuado.

La mayoría de los infocentros que se encuentran en cada parroquia del cantón, no cuentan con guías locales a disposición y mucho menos con información necesaria ya que muchos de las personas no llegan con planificación turística, lo que imposibilita la manera de guiar al turista.

#### **4.4.2. Conductas**

Las personas que tienen la finalidad de visitar los destinos turísticos, se caracterizan por tener un espíritu aventurero, amantes de la naturaleza, arte y cultura, deportistas inclinadas principalmente por deportes extremos. Una de las actividades que frecuentemente realizan es la toma de fotografías a los atractivos, la vista es hermosa con algunas excepciones ya que algunos destinos están deteriorados por el tiempo y condiciones naturales propias del lugar.

## CAPÍTULO V

### 5. Desarrollo de la propuesta

#### 5.1. Introducción

Para dar solución a este problema de investigación, se realizó la recopilación de fuentes bibliográficas y antecedentes de investigaciones pasadas realizadas a nivel nacional referentes al tema. La información reunida a lo largo de esta investigación fue utilizada para la realización del marco teórico y tener bases científicas que respalden la investigación, empezando así el proceso creativo para la maquetación, fotografía, edición y realización del *book* fotográfico.

Esta investigación busca plantear soluciones reales que difundan y posicionen los atractivos turísticos de Riobamba, utilizando una de las estrategias de *branding* (posicionamiento). Este es una solución a la falta de difusión en medios acerca de los atractivos, un mal enfoque en el público objetivo y principalmente escasez de información ofrecida a turistas.

Ante este análisis previo se detectó el poco reconocimiento que tienen muchos de los lugares que ofrece Riobamba para sus turistas. Así se determinó las causas de por qué no visitan con más frecuencias y se concluyó que:

- a. Falta de material publicitario
- b. Ausencia de información
- c. Falta de estrategias comunicacionales
- d. Carencia de guías locales y de puntos de información

#### 5.2. Objetivo

Diseñar un *book* fotográfico digital como estrategia de posicionamiento de los atractivos turísticos de Riobamba.

##### 5.2.1. Metodología de Robert Scott

###### a. Causa primera

Desde el punto de vista del turista se evidencia que la información sobre el atractivo es bastante irregular (escasa, desactualizada y poco segmentada), incluso en medios

digitales como páginas web. Prevalece el desconocimiento sobre los atractivos, principalmente rurales, el Chimborazo es el único lugar que simboliza a Riobamba.

En las fichas de observación se evidencia que los visitantes están interesados en los paisajes que ofrece el cantón; pero la mayoría no se anima a hacer turismo porque son rutas de dificultad, además de que para visitar por primera vez se necesita informarse de manera detallada y esta no se consigue en los centros de información. Al llenar las fichas, las personas se preguntaban entre sí intentando solventar algunas inquietudes sin encontrar respuesta, lo que hizo evidente su desconocimiento sobre los mismos.

Muchas de las personas no recurren a información en medios impresos, un 72% en la comunidad latinoamericana opta por hacer investigaciones en cualquier medio digital.

A partir de esta problemática se plantea la creación de una revista fotográfica digital que sea de calidad: fotografías e información, sin dejar de lado un formato ligero para que el acceso a la misma sea rápido y eficaz. Al ser digital es de fácil acceso además de reducir el consumo de papel, lo que en la actualidad es un aspecto fundamental. El *book* fotográfico se convierte en una herramienta atractiva (visualmente) e informativa.

Todos los datos que se mencionan en la investigación, son necesarios para definir un modelo de *brief*, el cual facilita el modo de trabajo. Para esto es necesario segmentar un público objetivo que permita un mayor alcance de la comunidad y principalmente llegar con la información adecuada al público.

Respondiendo a las necesidades del turista se plantea:

## **1. Variables de segmentación.**

### 1.1. Características del público objetivo

#### 1.1.1. Características demográficas

- Género: Hombres y mujeres
- Edad: 25 a 45 años
- Localidad: Cantón Riobamba
- Ciclo de vida: Solteros, Casados.

#### 1.1.2. Características Sociológicas

- Clase social: media, media-alta
- Nivel de ingresos: personas que perciben ingresos del sueldo básico en adelante

- Ocupación: Profesionales y estudiantes.

### 1.1.3. Características psicológicas

- Estilo de vida: Personas que realizan actividades de aventura, desean conocer de historia, salir de vacaciones e interesados por el turismo.
- Actitudes: Aventureros, proactivos, gustan de la fotografía e historia.
- Motivaciones: Conocer lugares nuevos, encontrar una experiencia, interactuar.

## 2. Información adicional de la propuesta

En base a la información recolectada se determinó los soportes correspondientes:

- Tamaño en centímetros: 21cm de alto por 29,7cm de ancho.
- Tamaño en pixeles: 595,276 px de alto por 841,89 px de ancho.
- Orientación: Horizontal.

El modo de color utilizado es RGB ya que el libro será digital. Todas las fotografías expuestas y los textos, han sido recopiladas con la constante visita e interacción con las personas de los sitios. Para la realización de este proyecto de investigación se utilizó varios meses, con la autoría total de Jhonatan André Naranjo Andrade.

### b. Causa formal

#### 1. Book fotográfico digital

A través de esta herramienta digital se permite informar a los turistas acerca de los atractivos de Riobamba, los cuales se encuentran ubicados en el corazón del Ecuador en la provincia de Chimborazo.

Para el desarrollo del *book* fue necesario mantener contacto con las parroquias urbanas y rurales de Riobamba, conociendo las necesidades de las mismas.

“Riobamba Potencia Turística”- es el nombre que se le ha denominado al *book* fotográfico digital.

#### 2.1. Maquetación y diagramación

Se realizó propuestas de portadas, páginas internas, separadores de página y contraportadas para buscar una respuesta visual que sea atractiva para el público objetivo.

Las propuestas que no cumplieron con los parámetros técnicos como: legibilidad en textos y fotografías, además de que la funcionalidad en textos y manchas de color restan impacto visual no fueron seleccionadas.

Fuente: Jhonatan Naranjo (2019)

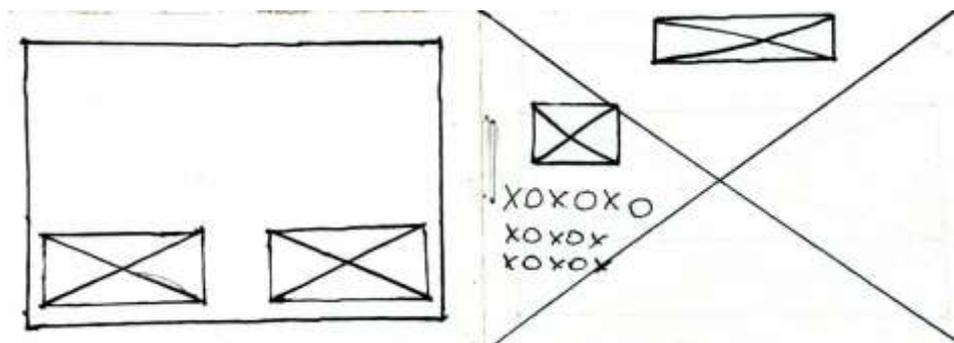


Figura N° 5.1. Machote portada – contraportada

Fuente: Jhonatan Naranjo (2019)

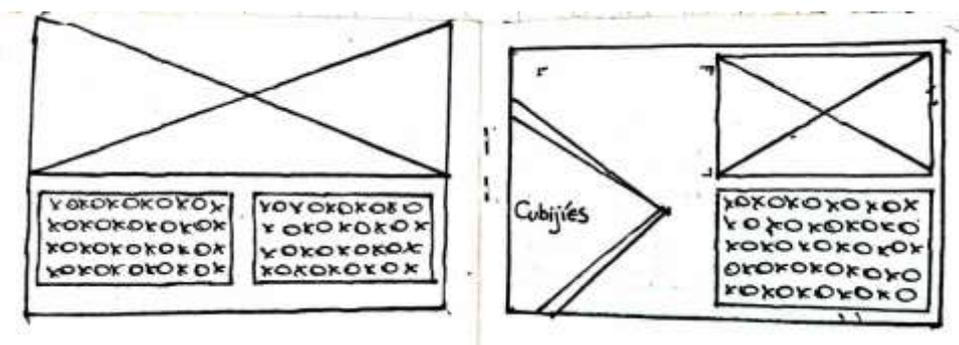


Figura N° 5.2. Machote páginas internas

## 2.2.Formato

Al utilizarse un plano general alargado en las fotografías, es necesario un formato A4 en posición horizontal.

Fuente: Jhonatan Naranjo (2019)



Figura N° 5.3. Formato A4 medidas

### 2.3. Márgenes

- Cabecera: 1 cm.
- Pie: 1,5 cm.
- Lomo: 2 cm. y en el
- Corte 1,5 cm.

Elaborado por: Jhonatan Naranjo (2019)

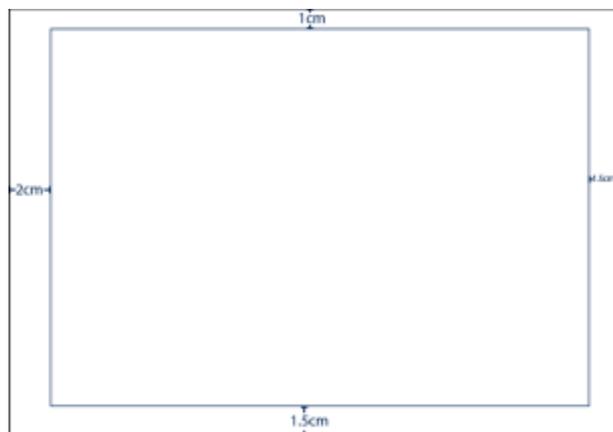


Figura N° 5.4. Márgenes

### 2.4. Módulos

Los módulos forman dos columnas y cuatro filas, en total se utilizó 8 módulos. Las medidas son: 12.82cm ancho x 4.23cm de alto, y un medianil de 0.5cm.

Fuente: Jhonatan Naranjo (2019)

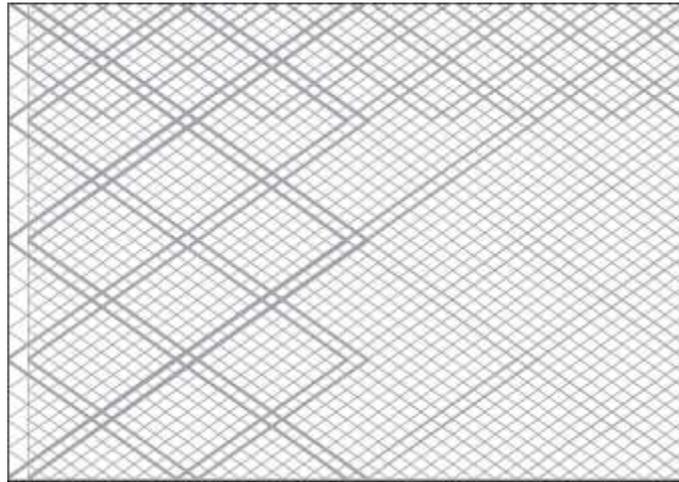


Figura N° 5.5. Retícula medias y diagonales

Para la distribución se utiliza una retícula de medias y diagonales formando ocho módulos distribuidos en dos columnas y en cuatro filas.

Fuente: Jhonatan Naranjo (2019)

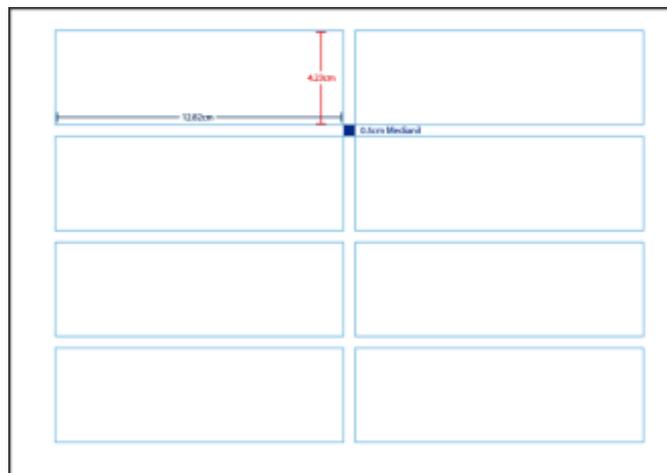


Figura N° 5.6. Módulos y medianil

## 2.5.Separadores de páginas

En base a medias y diagonales se crearon manchas de color de forma triangular, guiando visualmente hacia el texto.

Fuente: Jhonatan Naranjo (2019)

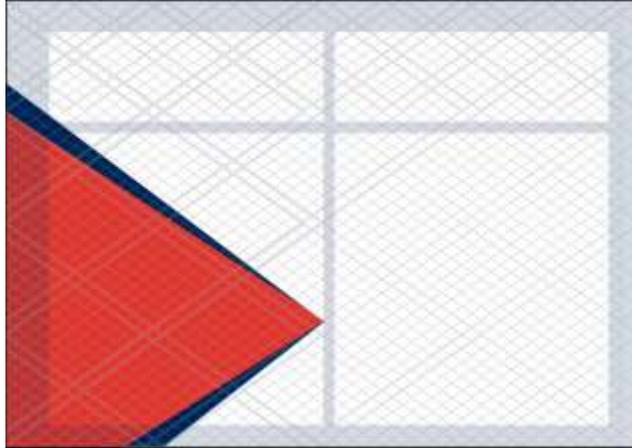


Figura N° 5.7. Separadores de página

## 2.6. Páginas internas

Dos páginas enfrentadas con marcas de agua que simulan flechas, la distribución en porcentajes es 70% fotografía y 30% información complementaria.

Fuente: Jhonatan Naranjo (2019)

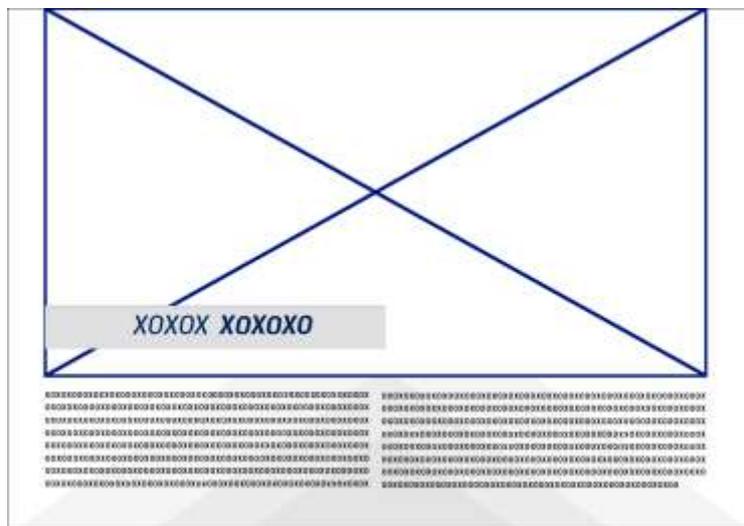


Figura N° 5.8. Página interna lado izquierdo

Fuente: Jhonatan Naranjo (2019)

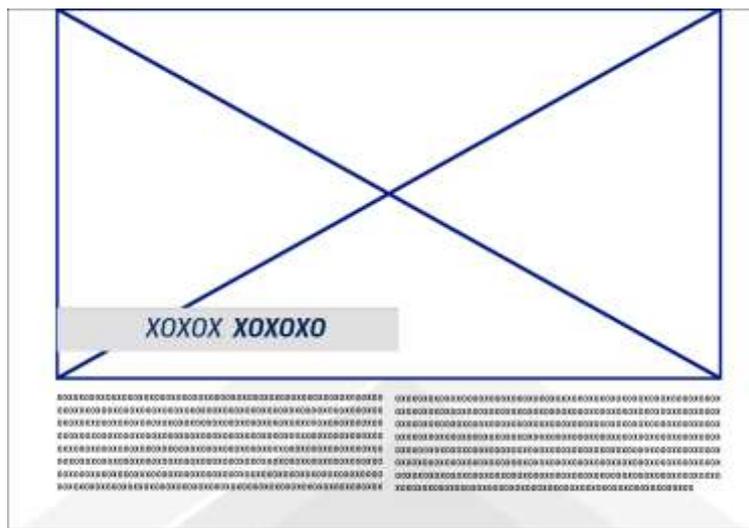


Figura N° 5.9. Página interna lado derecho

### 3.7. Fotografías

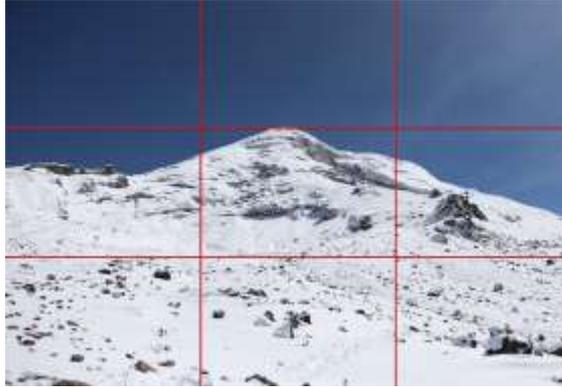
Para cada atractivo se debe tomar en cuenta el lugar en donde se encuentra:

1. San Juan: Agujas de Whymper, Bosque Polylepis, Cañón Chorrera, Cuartel de los Incas, Cullqui Surcuna, Iglesia San Juan, Nevado Chimborazo, Shobol Urku, Templo Machay.
2. Calpi: Iglesia de Calpi, Cerro Yanahurco, Grupo Étnico de Calpi, Hacienda Simón Bolívar, Iglesia Colonial de Calpi, La Moya, Mirador Mira Loma, Mirador Telempala, Museo Cultural de la Llama, Museo de la Montaña, Palacio Real, Piedra Endiablada, Quilla Pacari.
3. Licán: Cerro Cushcud, Iglesia Inmaculada, Iglesia San Pedro de Licán.
4. Riobamba: Parque Paseo del Puruhá, Casa Calero, Parque Guayaquil, Estadio Olímpico, Plaza de Toros, Estación de Ferrocarril, Iglesia de San Antonio, Parque 21 de Abril, Casa Bolívar, Reloj de Lara, Colegio Maldonado, Parque Sucre, Plaza Roja, Iglesia de la Concepción, Museo Madres Conceptas, Iglesia San Alfonso, Iglesia La Catedral, Parque Maldonado, Edificio del SRI, Palacio Municipal, Edificio de la Gobernación, Casa Museo, Casa de la Independencia, Edificio EFE, Correos del Ecuador, Capilla del Sacrilegio, Iglesia Basílica, Parque de la Libertad, Iglesia de San Francisco, Iglesia de la Merced, Mercado de la Merced, Barrio Bellavista, Parque Lineal Chibunga, Parque Ricpamba.
5. Cubijés: Iglesia de San Jerónimo, Mirador Comunidad Porlón, Parque Santa Cecilia.

6. Quimiag: Bosque de Orregan, Bosque de Pazguazo, Bosque Primario Quimiag, Bosque Primario Aúpate, Cascada Puelazo, Iglesia Santiago de Quimiag, Laguna Plateada, Laguna de Mandur, Laguna Azul, Laguna Verde.
7. Cacha: Cerro Alajahuan, Pukara Tambo, Textilería Cacha.
8. San Luis: El Panecillo, Iglesia Guaslán Grande, Iglesia Parroquial San Luis, Padre Loma, Puente de los Curiquingues.
9. Punín: Museo de Punín, Iglesia Museo de Punín, Iglesia San Vicente, Iglesia Señor de la Agonía.
10. Licto: Cerro Tulabug, Huellas de Mastodontes, Iglesia Belén, Iglesia Gueseche, Iglesia San Pedro de Licto, Museo de Chalán.
11. Flores: Cerro Puchi, Iglesia de Santo Cristo, Laguna de Pichirón.
12. Pungalá: Bosques y páramos, Laguna de Cacadrón, Mirador Lagunas, Mirador Sangay, Virgen de la Peña, Puertas al Volcán Sangay.

A continuación, se muestran tres ejemplos por cada parroquia con los respectivos criterios técnicos empleados.

Tabla 5.1. Ficha técnica de fotografía San Juan

Sin retoque			Con retoque	
				
<b>ISO</b>	<b>Velocidad de obturación</b>	<b>Apertura</b>	<b>Programa</b>	<b>Herramientas</b>
100	1/5000 s	f/3.5	Adobe <i>Photoshop</i>	Cámara <i>raw</i>
<b>Formato</b>	<b>Cámara</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Formato</b>
JPEG	Canon EOS 80D	6000 x 4000 pixeles	1548 x 871	JPEG
<b>Tipo de luz</b>	<b>Composición</b>	<b>Flash incorporado</b>	Descripción	
Soleado	Regla de tercios	No	Se utilizó la herramienta cámara <i>raw</i> para sobreexponer la fotografía y la saturación de colores, además de modificar el tamaño de la imagen para exportar a <i>InDesign</i> .	
<b>Flash externo</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Nombre</b>		
No	San Juan	Nevado Chimborazo	<b>Observación:</b>	
<b>Plano</b>	<b>Ángulo</b>	<b>Distancia focal</b>	Para una mejor captura fotográfica se debe utilizar un lente <i>gran angular</i> , debido a que recopila mayor información del paisaje, tomando en cuenta que las baterías de litio se agotan con rapidez en los climas helados.	
General alargado	Contrapicado	18 milímetros		
<b>Copyright</b>	Jhonatan Naranjo			

**Fuente:** Atractivo natural – Parroquia San Juan  
**Elaborado por:** Jhonatan Naranjo

Tabla 5.2. Ficha técnica de fotografía San Juan

Sin retoque			Con retoque	
				
<b>ISO</b>	<b>Velocidad de obturación</b>	<b>Apertura</b>	<b>Programa</b>	<b>Herramientas</b>
100	1/1250 s	f/4	Adobe <i>Photoshop</i>	Cámara <i>raw</i> , pincel corrector, parche
<b>Formato</b>	<b>Cámara</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Formato</b>
JPEG	Canon EOS 80D	6000 x 4000 pixeles	1548 x 871	JPEG
<b>Tipo de luz</b>	<b>Composición</b>	<b>Flash incorporado</b>	<b>Descripción:</b>	
Nublado	Regla de tercios	No	Se utilizó la herramienta cámara <i>raw</i> para sobreexponer la fotografía y la saturación de colores, con la herramienta pincel corrector y parche se eliminó los cables y las manchas, se modificó el tamaño de la imagen para exportar a <i>InDesign</i> .	
<b>Flash externo</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Nombre</b>		
No	San Juan	Iglesia San Juan	<b>Observación:</b>	
<b>Plano</b>	<b>Ángulo</b>	<b>Distancia focal</b>	Para una mejor captura fotográfica se debe visitar el atractivo cuando haya menor afluencia de personas para mostrar y resaltar únicamente el lugar.	
General alargado	Contrapicado	24 milímetros		
<b>Copyright</b>	Jhonatan Naranjo			

**Fuente:** Atractivo histórico – Parroquia San Juan  
**Elaborado por:** Jhonatan Naranjo

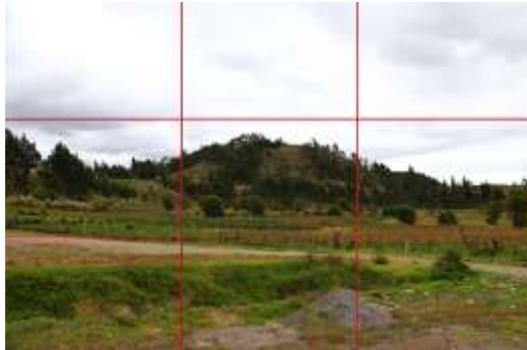
Tabla 5.3. Ficha técnica de fotografía San Juan

Sin retoque			Con retoque	
				
<b>ISO</b>	<b>Velocidad de obturación</b>	<b>Apertura</b>	<b>Programa</b>	<b>Herramientas</b>
200	1/320 s	f/5.6	Adobe <i>Photoshop</i>	Cámara <i>raw</i> , pincel corrector, parche
<b>Formato</b>	<b>Cámara</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Formato</b>
JPEG	Canon EOS 80D	6000 x 4000 pixeles	1548 x 871	JPEG
<b>Tipo de luz</b>	<b>Composición</b>	<b>Flash incorporado</b>	<b>Descripción:</b>	
Nublado	Regla de tercios	No	Se utilizó la herramienta cámara <i>raw</i> para sobreexponer la fotografía y la saturación de colores, con la herramienta pincel corrector se eliminó los cables y se modificó el tamaño de la imagen para exportar a <i>InDesign</i> .	
<b>Flash externo</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Nombre</b>	<b>Observación:</b>	
No	San Juan	Shobol Urku	Se debe ubicar en una posición adecuada para captar en su totalidad el paisaje.	
<b>Plano</b>	<b>Ángulo</b>	<b>Distancia focal</b>		
General alargado	Contrapicado	18 milímetros		
<b>Copyright</b>	Jhonatan Naranjo			

Fuente: Atractivo natural – Parroquia San Juan

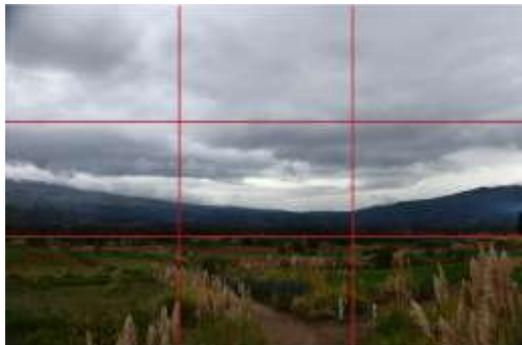
Elaborado por: Jhonatan Naranjo

Tabla 5.4. Ficha técnica de fotografía Calpi

Sin retoque			Con retoque	
				
<b>ISO</b>	<b>Velocidad de obturación</b>	<b>Apertura</b>	<b>Programa</b>	<b>Herramientas</b>
100	1/1000 s	f/3.5	Adobe <i>Photoshop</i>	Cámara <i>raw</i> , pincel corrector, parche
<b>Formato</b>	<b>Cámara</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Formato</b>
JPEG	Canon EOS 80D	6000 x 4000 pixeles	1548 x 871	JPEG
<b>Tipo de luz</b>	<b>Composición</b>	<b>Flash incorporado</b>	<b>Descripción:</b>	
Nublado	Regla de tercios	No	Se utilizó la herramienta cámara <i>raw</i> para sobreexponer la fotografía y la saturación de colores y se modificó el tamaño de la imagen para exportar posteriormente a <i>InDesign</i> .	
<b>Flash externo</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Nombre</b>	<b>Observación:</b>	
No	Calpi	Cerro Yanahurco	Se debe ubicar en una posición adecuada para captar en su totalidad el paisaje.	
<b>Plano</b>	<b>Ángulo</b>	<b>Distancia focal</b>		
General alargado	Contrapicado	18 milímetros		
<b>Copyright</b>	Jhonatan Naranjo			

**Fuente:** Atractivo natural – Parroquia Calpi  
**Elaborado por:** Jhonatan Naranjo

Tabla 5.5. Ficha técnica de fotografía Calpi

Sin retoque			Con retoque	
				
<b>ISO</b>	<b>Velocidad de obturación</b>	<b>Apertura</b>	<b>Programa</b>	<b>Herramientas</b>
100	1/640 s	f/3.5	Adobe <i>Photoshop</i>	Cámara <i>raw</i> , pincel corrector, parche
<b>Formato</b>	<b>Cámara</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Formato</b>
JPEG	Canon EOS 80D	6000 x 4000 pixeles	1548 x 871	JPEG
<b>Tipo de luz</b>	<b>Composición</b>	<b>Flash incorporado</b>	<b>Descripción:</b>	
Nublado	Regla de tercios	No	Se utilizó la herramienta cámara <i>raw</i> para sobreexponer e iluminar la fotografía, de la misma manera se cambió el tamaño de la imagen para exportar a <i>InDesign</i> .	
<b>Flash externo</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Nombre</b>		
No	Calpi	Mirador Miraloma	<b>Observación:</b>	
<b>Plano</b>	<b>Ángulo</b>	<b>Distancia focal</b>	Se debe ubicar en una posición adecuada para captar en su totalidad el paisaje, se puede tomar con un lente gran angular.	
General alargado	Normal	20 milímetros		
<b>Copyright</b>	Jhonatan Naranjo			

**Fuente:** Atractivo natural – Parroquia Calpi

**Elaborado por:** Jhonatan Naranjo

Tabla 5.6. Ficha técnica de fotografía Calpi

Sin retoque			Con retoque	
				
<b>ISO</b>	<b>Velocidad de obturación</b>	<b>Apertura</b>	<b>Programa</b>	<b>Herramientas</b>
100	1/250 s	f/5	Adobe <i>Photoshop</i>	Cámara <i>raw</i> , pincel corrector puntual, pincel corrector, parche, pincel, cuenta gotas
<b>Formato</b>	<b>Cámara</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Formato</b>
JPEG	Canon EOS 80D	6000 x 4000 pixeles	1548 x 871	JPEG
<b>Tipo de luz</b>	<b>Composición</b>	<b>Flash incorporado</b>	<b>Descripción:</b>	
Nublado	Regla de tercios	No	Con la herramienta cámara <i>raw</i> se modificaron los colores rojo y café, se retiró los cables para obtener una imagen limpia y cambió el tamaño de la imagen para exportar a <i>InDesign</i> .	
<b>Flash externo</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Nombre</b>	<b>Observación:</b>	
No	Calpi	Iglesia de Calpi	Para darle realce a la fotografía se utilizó un ángulo de contrapicado.	
<b>Plano</b>	<b>Ángulo</b>	<b>Distancia focal</b>		
General	Contrapicado	18 milímetros		
<b>Copyright</b>	Jhonatan Naranjo			

**Fuente:** Atractivo Histórico – Parroquia Calpi  
**Elaborado por:** Jhonatan Naranjo

Tabla 5.7. Ficha técnica de fotografía Riobamba

Sin retoque			Con retoque	
				
<b>ISO</b>	<b>Velocidad de obturación</b>	<b>Apertura</b>	<b>Programa</b>	<b>Herramientas</b>
100	1/1250 s	f/3.5	Adobe <i>Photoshop</i>	Cámara <i>raw</i>
<b>Formato</b>	<b>Cámara</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Formato</b>
JPEG	Canon EOS 80D	6000 x 4000 pixeles	1548 x 871	JPEG
<b>Tipo de luz</b>	<b>Composición</b>	<b>Flash incorporado</b>	<b>Descripción:</b>	
Soleado	Regla de tercios	No	Con la herramienta cámara <i>raw</i> se modificaron la saturación e iluminación, se retiró los cables para obtener una imagen limpia y cambió el tamaño de la imagen para exportar a <i>InDesign</i> .	
<b>Flash externo</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Nombre</b>		
No	Riobamba	Parque Maldonado	<b>Observación:</b>	
<b>Plano</b>	<b>Ángulo</b>	<b>Distancia focal</b>	Para darle realce a la fotografía se utilizó un ángulo contrapicado, ubicarse en un lugar donde sea posible capturar la mayor parte del atractivo.	
General alargado	Contrapicado	18 milímetros		
<b>Copyright</b>	Jhonatan Naranjo			

**Fuente:** Atractivo Histórico – Riobamba  
**Elaborado por:** Jhonatan Naranjo

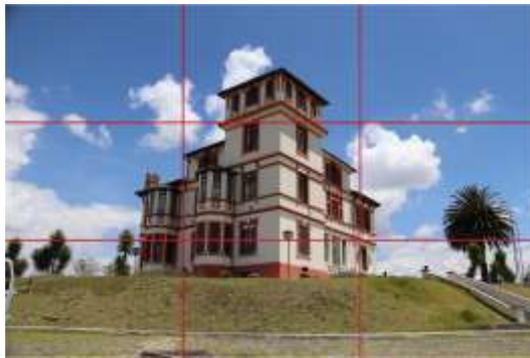
Tabla 5.8. Ficha técnica de fotografía Riobamba

Sin retoque			Con retoque	
				
<b>ISO</b>	<b>Velocidad de obturación</b>	<b>Apertura</b>	<b>Programa</b>	<b>Herramientas</b>
100	1/2000 s	f/3.5	Adobe <i>Photoshop</i>	Cámara <i>raw</i> , pincel corrector puntual, pincel corrector, parche, pincel, cuenta gotas
<b>Formato</b>	<b>Cámara</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Formato</b>
JPEG	Canon EOS 80D	6000 x 4000 pixeles	1548 x 871	JPEG
<b>Tipo de luz</b>	<b>Composición</b>	<b>Flash incorporado</b>	<b>Descripción:</b>	
Nublado	Regla de tercios	No	Con la herramienta cámara <i>raw</i> se modificaron la saturación e iluminación, se retiró los cables, postes, ramas y banderas para obtener una imagen limpia y cambió el tamaño de la imagen para exportar a <i>InDesign</i> .	
<b>Flash externo</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Nombre</b>		
No	Riobamba	Iglesia La Catedral	<b>Observación:</b>	
<b>Plano</b>	<b>Ángulo</b>	<b>Distancia focal</b>	Para darle realce a la fotografía se utilizó un ángulo contrapicado.	
General alargado	Normal	20 milímetros		
<b>Copyright</b>	Jhonatan Naranjo			

**Fuente:** Atractivo Histórico – Riobamba

**Elaborado por:** Jhonatan Naranjo

Tabla 5.9. Ficha técnica de fotografía Riobamba

Sin retoque			Con retoque	
				
<b>ISO</b>	<b>Velocidad de obturación</b>	<b>Apertura</b>	<b>Programa</b>	<b>Herramientas</b>
100	1/2000 s	f/3.5	Adobe <i>Photoshop</i>	Cámara <i>raw</i> , pincel corrector puntual, pincel corrector, parche,
<b>Formato</b>	<b>Cámara</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Formato</b>
JPEG	Canon EOS 80D	6000 x 4000 pixeles	1548 x 871	JPEG
<b>Tipo de luz</b>	<b>Composición</b>	<b>Flash incorporado</b>	<b>Descripción:</b>	
Soleado	Regla de tercios	No	Con la herramienta cámara <i>raw</i> se modificaron la saturación e iluminación, se retiró los cables para obtener una imagen limpia y cambió el tamaño de la imagen para exportar a <i>InDesign</i> .	
<b>Flash externo</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Nombre</b>		
No	Riobamba	Casa Calero	<b>Observación:</b>	
<b>Plano</b>	<b>Ángulo</b>	<b>Distancia focal</b>	Para darle realce a la fotografía se utilizó un ángulo contrapicado.	
General alargado	Contrapicado	18 milímetros		
<b>Copyright</b>	Jhonatan Naranjo			

**Fuente:** Atractivo Histórico – Riobamba

**Elaborado por:** Jhonatan Naranjo

Tabla 5.10. Ficha técnica de fotografía Cubijés

Sin retoque			Con retoque	
				
<b>ISO</b>	<b>Velocidad de obturación</b>	<b>Apertura</b>	<b>Programa</b>	<b>Herramientas</b>
100	1/4000 s	f/3.5	Adobe <i>Photoshop</i>	Cámara <i>raw</i> , pincel corrector puntual, pincel corrector, parche,
<b>Formato</b>	<b>Cámara</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Formato</b>
JPEG	Canon EOS 80D	6000 x 4000 pixeles	1548 x 871	JPEG
<b>Tipo de luz</b>	<b>Composición</b>	<b>Flash incorporado</b>	<b>Descripción:</b>	
Soleado	Regla de tercios	No	Con la herramienta cámara <i>raw</i> se modificaron la saturación e iluminación, se retiró los cables para obtener una imagen limpia y cambió el tamaño de la imagen para exportar a <i>InDesign</i> .	
<b>Flash externo</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Nombre</b>		
No	Cubijés	Iglesia San Jerónimo	<b>Observación:</b>	
<b>Plano</b>	<b>Ángulo</b>	<b>Distancia focal</b>	La ubicación del fotógrafo tiene que ser la adecuada para capturar en su totalidad el atractivo.	
General alargado	Normal	20 milímetros		
<b>Copyright</b>	Jhonatan Naranjo			

**Fuente:** Atractivo Histórico – Parroquia Cubijés  
**Elaborado por:** Jhonatan Naranjo

Tabla 5.11. Ficha técnica de fotografía Cubijés

Sin retoque			Con retoque	
				
<b>ISO</b>	<b>Velocidad de obturación</b>	<b>Apertura</b>	<b>Programa</b>	<b>Herramientas</b>
100	1/1000 s	f/4.5	Adobe <i>Photoshop</i>	Cámara <i>raw</i>
<b>Formato</b>	<b>Cámara</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Formato</b>
JPEG	Canon EOS 80D	6000 x 4000 pixeles	1548 x 871	JPEG
<b>Tipo de luz</b>	<b>Composición</b>	<b>Flash incorporado</b>	<b>Descripción:</b>	
Soleado	Regla de tercios	No	Con la herramienta cámara <i>raw</i> se modificó la saturación e iluminación y el tamaño de la imagen para exportar a <i>InDesign</i> .	
<b>Flash externo</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Nombre</b>	<b>Observación:</b>	
No	Cubijés	Parque Santa Cecilia		
<b>Plano</b>	<b>Ángulo</b>	<b>Distancia focal</b>	La ubicación del fotógrafo tiene que ser la adecuada tomando en cuenta la iluminación.	
General alargado	Normal	40 milímetros		
<b>Copyright</b>	Jhonatan Naranjo			

**Fuente:** Atractivo Histórico – Parroquia Cubijés

**Elaborado por:** Jhonatan Naranjo

Tabla 5.12. Ficha técnica de fotografía Cubijés

Sin retoque			Con retoque	
				
<b>ISO</b>	<b>Velocidad de obturación</b>	<b>Apertura</b>	<b>Programa</b>	<b>Herramientas</b>
100	1/1600 s	f/3.5	Adobe <i>Photoshop</i>	Cámara <i>raw</i>
<b>Formato</b>	<b>Cámara</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Formato</b>
JPEG	Canon EOS 80D	6000 x 4000 pixeles	1548 x 871	JPEG
<b>Tipo de luz</b>	<b>Composición</b>	<b>Flash incorporado</b>	<b>Descripción:</b>	
Soleado	Regla de tercios	No	Con la herramienta cámara <i>raw</i> se modificó la saturación e iluminación y el tamaño de la imagen para exportar a <i>InDesign</i> .	
<b>Flash externo</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Nombre</b>		
No	Cubijés	Mirador Comunidad Porlón	<b>Observación:</b>	
<b>Plano</b>	<b>Ángulo</b>	<b>Distancia focal</b>	La ubicación y el encuadre que el fotógrafo tomó en cuenta fue la adecuada para capturar en su totalidad el atractivo.	
General alargado	Normal	18 milímetros		
<b>Copyright</b>	Jhonatan Naranjo			

**Fuente:** Atractivo Natural – Parroquia Cubijés

**Elaborado por:** Jhonatan Naranjo

Tabla 5.13. Ficha técnica de fotografía Quimiag

Sin retoque			Con retoque	
				
<b>ISO</b>	<b>Velocidad de obturación</b>	<b>Apertura</b>	<b>Programa</b>	<b>Herramientas</b>
100	1/400 s	f/5	Adobe <i>Photoshop</i>	Cámara <i>raw</i>
<b>Formato</b>	<b>Cámara</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Formato</b>
JPEG	Canon EOS 80D	6000 x 4000 pixeles	1548 x 871	JPEG
<b>Tipo de luz</b>	<b>Compoición</b>	<b>Flash incorporado</b>	<b>Descripción:</b>	
Nublado	Regla de tercios	No	Con la herramienta cámara <i>raw</i> se modificó la saturación e iluminación y el tamaño de la imagen para exportar a <i>InDesign</i> .	
<b>Flash externo</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Nombre</b>	<b>Observación:</b>	
No	Quimiag	Laguna Plateada		
<b>Plano</b>	<b>Ángulo</b>	<b>Distancia focal</b>	La ubicación y el encuadre que el fotógrafo tomó en cuenta fue la adecuada para capturar en su totalidad el atractivo, tomando en cuenta que las baterías de litio se agotan con rapidez en los climas helados.	
General	Picado	50 milímetros		
<b>Copyright</b>	Jhonatan Naranjo			

**Fuente:** Atractivo Natural – Parroquia Quimiag  
**Elaborado por:** Jhonatan Naranjo

Tabla 5.14. Ficha técnica de fotografía Quimiag

Sin retoque			Con retoque	
				
<b>ISO</b>	<b>Velocidad de obturación</b>	<b>Apertura</b>	<b>Programa</b>	<b>Herramientas</b>
100	1/400 s	f/3.5	Adobe <i>Photoshop</i>	Cámara <i>raw</i>
<b>Formato</b>	<b>Cámara</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Formato</b>
JPEG	Canon EOS 80D	6000 x 4000 pixeles	1548 x 871	JPEG
<b>Tipo de luz</b>	<b>Composición</b>	<b>Flash incorporado</b>	<b>Descripción:</b>	
Nublado	Regla de tercios	No	Con la herramienta cámara <i>raw</i> se modificó la saturación e iluminación y el tamaño de la imagen para exportar a <i>InDesign</i> .	
<b>Flash externo</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Nombre</b>		
No	Quimiag	Cascada Puelazo	<b>Observación:</b>	
<b>Plano</b>	<b>Ángulo</b>	<b>Distancia focal</b>	La ubicación y el encuadre que el fotógrafo tomó en cuenta fue la adecuada para capturar en su totalidad el atractivo.	
General alargado	Normal	50 milímetros		
<b>Copyright</b>	Jhonatan Naranjo			

**Fuente:** Atractivo Natural – Parroquia Quimiag

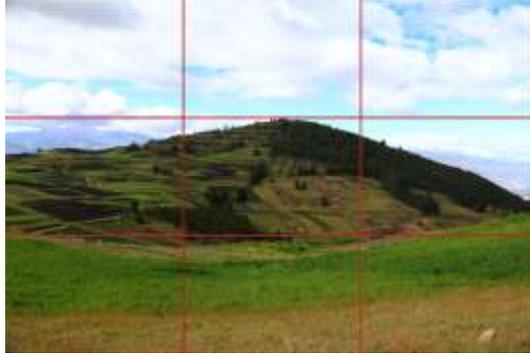
**Elaborado por:** Jhonatan Naranjo

Tabla 5.15. Ficha técnica de fotografía Quimiag

Sin retoque			Con retoque	
				
<b>ISO</b>	<b>Velocidad de obturación</b>	<b>Apertura</b>	<b>Programa</b>	<b>Herramientas</b>
100	1/400 s	f/5	Adobe <i>Photoshop</i>	Cámara <i>raw</i>
<b>Formato</b>	<b>Cámara</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Formato</b>
JPEG	Canon EOS 80D	6000 x 4000 pixeles	1548 x 871	JPEG
<b>Tipo de luz</b>	<b>Composición</b>	<b>Flash incorporado</b>	<b>Descripción:</b>	
Nublado	Regla de tercios	No	Con la herramienta cámara <i>raw</i> se modificó la saturación e iluminación y el tamaño de la imagen para exportar a <i>InDesign</i> .	
<b>Flash externo</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Nombre</b>		
No	Quimiag	Laguna Azul	<b>Observación:</b>	
<b>Plano</b>	<b>Ángulo</b>	<b>Distancia focal</b>	La ubicación y el encuadre que el fotógrafo tomó en cuenta fue la adecuada para capturar en su totalidad el atractivo, tomando en cuenta que las baterías de litio se agotan con rapidez en los climas helados.	
General alargado	Normal	70 milímetros		
<b>Copyright</b>	Jhonatan Naranjo			

**Fuente:** Atractivo Natural – Parroquia Quimiag  
**Elaborado por:** Jhonatan Naranjo

Tabla 5.16. Ficha técnica de fotografía Cacha

Sin retoque			Con retoque	
				
<b>ISO</b>	<b>Velocidad de obturación</b>	<b>Apertura</b>	<b>Programa</b>	<b>Herramientas</b>
100	1/800 s	f/3.5	Adobe <i>Photoshop</i>	Cámara <i>raw</i>
<b>Formato</b>	<b>Cámara</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Formato</b>
JPEG	Canon EOS 80D	6000 x 4000 pixeles	1548 x 871	JPEG
<b>Tipo de luz</b>	<b>Composición</b>	<b>Flash incorporado</b>	<b>Descripción:</b>	
Soleado	Regla de tercios	No	Con la herramienta cámara <i>raw</i> se modificó la saturación e iluminación y el tamaño de la imagen para exportar a <i>InDesign</i> .	
<b>Flash externo</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Nombre</b>	<b>Observación:</b>	
No	Cacha	Cerro Alajahuan	La ubicación y el encuadre que el fotógrafo tomó en cuenta fue la adecuada para capturar en su totalidad el atractivo.	
<b>Plano</b>	<b>Ángulo</b>	<b>Distancia focal</b>		
General alargado	Normal	18 milímetros		
<b>Copyright</b>	Jhonatan Naranjo			

**Fuente:** Atractivo Natural – Parroquia Cacha  
**Elaborado por:** Jhonatan Naranjo

Tabla 5.17. Ficha técnica de fotografía Cacha

Sin retoque			Con retoque	
				
<b>ISO</b>	<b>Velocidad de obturación</b>	<b>Apertura</b>	<b>Programa</b>	<b>Herramientas</b>
100	1/3200 s	f/3.5	Adobe <i>Photoshop</i>	Cámara <i>raw</i> , pincel corrector puntual, pincel corrector, parche
<b>Formato</b>	<b>Cámara</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Formato</b>
JPEG	Canon EOS 80D	6000 x 4000 pixeles	1548 x 871	JPEG
<b>Tipo de luz</b>	<b>Composición</b>	<b>Flash incorporado</b>	<b>Descripción:</b>	
Soleado	Regla de tercios	No	Con la herramienta cámara <i>raw</i> se modificaron la saturación e iluminación, se retiró los cables y postes para obtener una imagen limpia, con la ayuda de la herramienta cuenta gotas se editó algunas fallas de color y se cambió el tamaño de la imagen para exportar a <i>InDesign</i> .	
<b>Flash externo</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Nombre</b>	<b>Observación:</b>	
No	Cacha	Pucara Tambo	La ubicación y el encuadre que el fotógrafo tomó en cuenta fue la adecuada para capturar en su totalidad el atractivo.	
<b>Plano</b>	<b>Ángulo</b>	<b>Distancia focal</b>		
General alargado	Normal	18 milímetros		
<b>Copyright</b>	Jhonatan Naranjo			

**Fuente:** Atractivo Histórico – Parroquia Cacha

**Elaborado por:** Jhonatan Naranjo

Tabla 5.18. Ficha técnica de fotografía Cacha

Sin retoque			Con retoque	
				
<b>ISO</b>	<b>Velocidad de obturación</b>	<b>Apertura</b>	<b>Programa</b>	<b>Herramientas</b>
100	1/60 s	f/1.5	Adobe <i>Photoshop</i>	Cámara <i>raw</i>
<b>Formato</b>	<b>Cámara</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Formato</b>
JPEG	Canon EOS 80D	6000 x 4000 pixeles	1548 x 871	JPEG
<b>Tipo de luz</b>	<b>Composición</b>	<b>Flash incorporado</b>	<b>Descripción:</b>	
Fluorescente	Regla de tercios	No	Con la herramienta cámara <i>raw</i> se modificó la saturación e iluminación y el tamaño de la imagen para exportar a <i>InDesign</i> .	
<b>Flash externo</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Nombre</b>		
No	Cacha	Artefactos de gastronomía	<b>Observación:</b>	
<b>Plano</b>	<b>Ángulo</b>	<b>Distancia focal</b>	La iluminación interna modifica el color de los objetos, el encuadre enfocar en su totalidad a los objetos.	
General alargado	Normal	18 milímetros		
<b>Copyright</b>	Jhonatan Naranjo			

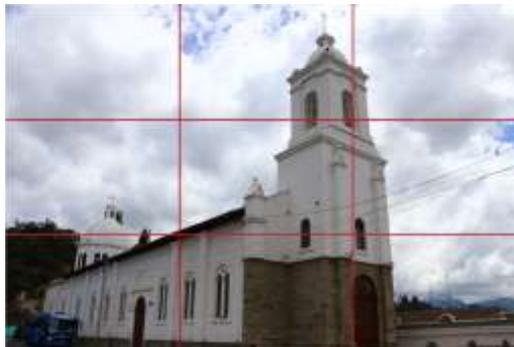
**Fuente:** Manifestaciones Culturales – Parroquia Cacha  
**Elaborado por:** Jhonatan Naranjo

Tabla 5.19. Ficha técnica de fotografía San Luis

Sin retoque			Con retoque	
				
<b>ISO</b>	<b>Velocidad de obturación</b>	<b>Apertura</b>	<b>Programa</b>	<b>Herramientas</b>
100	1/1600 s	f/3.5	Adobe <i>Photoshop</i>	Cámara <i>raw</i> , pincel corrector puntual, pincel corrector, parche
<b>Formato</b>	<b>Cámara</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Formato</b>
JPEG	Canon EOS 80D	6000 x 4000 pixeles	1548 x 871	JPEG
<b>Tipo de luz</b>	<b>Composición</b>	<b>Flash incorporado</b>	<b>Descripción:</b>	
Nublado	Regla de tercios	No	Con la herramienta cámara <i>raw</i> se modificaron la saturación e iluminación, se retiró los cables y objetos para obtener una imagen limpia y se cambió el tamaño de la imagen para exportar a <i>InDesign</i>	
<b>Flash externo</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Nombre</b>		
No	San Luis	Iglesia de Guaslán Grande	<b>Observación:</b>	
<b>Plano</b>	<b>Ángulo</b>	<b>Distancia focal</b>	La ubicación y el encuadre que el fotógrafo tomó en cuenta fue la adecuada para capturar en su totalidad el atractivo.	
General alargado	Normal	20 milímetros		
<b>Copyright</b>	Jhonatan Naranjo			

**Fuente:** Atractivo Histórico – Parroquia San Luis  
**Elaborado por:** Jhonatan Naranjo

Tabla 5.20. Ficha técnica de fotografía San Luis

Sin retoque			Con retoque	
				
<b>ISO</b>	<b>Velocidad de obturación</b>	<b>Apertura</b>	<b>Programa</b>	<b>Herramientas</b>
100	1/3200 s	f/3.5	Adobe <i>Photoshop</i>	Cámara <i>raw</i> , pincel corrector puntual, pincel corrector, parche
<b>Formato</b>	<b>Cámara</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Formato</b>
JPEG	Canon EOS 80D	6000 x 4000 pixeles	1548 x 871	JPEG
<b>Tipo de luz</b>	<b>Composición</b>	<b>Flash incorporado</b>	<b>Descripción:</b>	
Nublado	Regla de tercios	No	Con la herramienta cámara <i>raw</i> se modificó la saturación e iluminación, se retiró los cables y objetos para obtener una imagen limpia y se cambió el tamaño de la imagen para exportar a <i>InDesign</i> .	
<b>Flash externo</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Nombre</b>		
No	San Luis	Iglesia San Luis	<b>Observación:</b>	
<b>Plano</b>	<b>Ángulo</b>	<b>Distancia focal</b>	La ubicación y el encuadre que el fotógrafo tomó en cuenta fue la adecuada para capturar en su totalidad el atractivo.	
General alargado	Contrapicado	18 milímetros		
<b>Copyright</b>	Jhonatan Naranjo			

**Fuente:** Atractivo Histórico – Parroquia San Luis

**Elaborado por:** Jhonatan Naranjo

Tabla 5.21. Ficha técnica de fotografía San Luis

Sin retoque			Con retoque	
				
<b>ISO</b>	<b>Velocidad de obturación</b>	<b>Apertura</b>	<b>Programa</b>	<b>Herramientas</b>
100	1/1600 s	f/4	Adobe <i>Photoshop</i>	Cámara <i>raw</i>
<b>Formato</b>	<b>Cámara</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Formato</b>
JPEG	Canon EOS 80D	6000 x 4000 pixeles	1548 x 871	JPEG
<b>Tipo de luz</b>	<b>Composición</b>	<b>Flash incorporado</b>	<b>Descripción:</b>	
Nublado	Regla de tercios	No	Con la herramienta cámara <i>raw</i> se modificó la saturación e iluminación y el tamaño de la imagen para exportar a <i>InDesign</i> .	
<b>Flash externo</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Nombre</b>		
No	San Luis	Padre Loma	<b>Observación:</b>	
<b>Plano</b>	<b>Ángulo</b>	<b>Distancia focal</b>	La ubicación y el encuadre que el fotógrafo tomó en cuenta fue la adecuada para capturar en su totalidad el atractivo.	
General alargado	Normal	28 milímetros		
<b>Copyright</b>	Jhonatan Naranjo			

**Fuente:** Atractivo Natural – Parroquia San Luis  
**Elaborado por:** Jhonatan Naranjo

Tabla 5.22. Ficha técnica de fotografía Punín

Sin retoque			Con retoque	
				
<b>ISO</b>	<b>Velocidad de obturación</b>	<b>Apertura</b>	<b>Programa</b>	<b>Herramientas</b>
100	1/1000 s	f/4	Adobe <i>Photoshop</i>	Cámara <i>raw</i>
<b>Formato</b>	<b>Cámara</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Formato</b>
JPEG	Canon EOS 80D	6000 x 4000 pxeles	1548 x 871	JPEG
<b>Tipo de luz</b>	<b>Composición</b>	<b>Flash incorporado</b>	<b>Descripción:</b>	
Nublado	Regla de tercios	No	Con la herramienta cámara <i>raw</i> se modificó la saturación e iluminación, se retiró los cables y objetos para obtener una imagen limpia y se cambió el tamaño de la imagen para exportar a <i>InDesign</i> .	
<b>Flash externo</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Nombre</b>		
No	Punín	Iglesia de Tzalarón	<b>Observación:</b>	
<b>Plano</b>	<b>Ángulo</b>	<b>Distancia focal</b>	La ubicación y el encuadre que el fotógrafo tomó en cuenta fue la adecuada para capturar en su totalidad el atractivo, un lente gran angular ayuda a una mejor toma cuando los objetos están cercanos.	
General alargado	Normal	24 milímetros		
<b>Copyright</b>	Jhonatan Naranjo			

**Fuente:** Atractivo Histórico – Parroquia Punín

**Elaborado por:** Jhonatan Naranjo

Tabla 5.23. Ficha técnica de fotografía Punín

Sin retoque			Con retoque	
				
<b>ISO</b>	<b>Velocidad de obturación</b>	<b>Apertura</b>	<b>Programa</b>	<b>Herramientas</b>
100	1/640 s	f/3.5	Adobe <i>Photoshop</i>	Cámara <i>raw</i>
<b>Formato</b>	<b>Cámara</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Formato</b>
JPEG	Canon EOS 80D	6000 x 4000 pixeles	1548 x 871	JPEG
<b>Tipo de luz</b>	<b>Composición</b>	<b>Flash incorporado</b>	<b>Descripción:</b>	
Nublado	Regla de tercios	No	Con la herramienta cámara <i>raw</i> se modificaron los colores rojo y café, se retiró los cables para obtener una imagen limpia y cambió el tamaño de la imagen para exportar a <i>InDesign</i> .	
<b>Flash externo</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Nombre</b>		
No	Punín	Iglesia Museo de Punín	<b>Observación:</b>	
<b>Plano</b>	<b>Ángulo</b>	<b>Distancia focal</b>	La ubicación y el encuadre que el fotógrafo tomó en cuenta fue la adecuada para capturar en su totalidad el atractivo, un lente gran angular ayuda a una mejor toma cuando los objetos están cercanos.	
General alargado	Contrapicado	18 milímetros		
<b>Copyright</b>	Jhonatan Naranjo			

**Fuente:** Atractivo Histórico – Parroquia Punín

**Elaborado por:** Jhonatan Naranjo

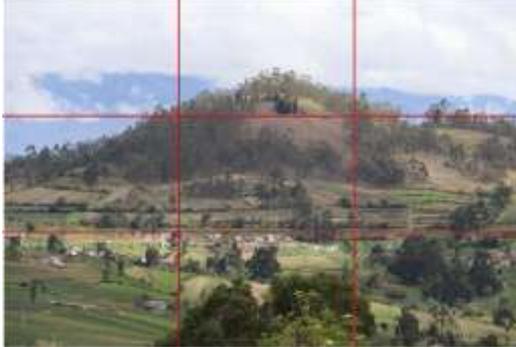
Tabla 5.24. Ficha técnica de fotografía Punín

Sin retoque			Con retoque	
				
ISO	Velocidad de obturación	Apertura	Programa	Herramientas
100	1/1000 s	f/3.5	Adobe <i>Photoshop</i>	Cámara <i>raw</i> , pincel corrector puntual, pincel corrector, parche, pincel, cuenta gotas
Formato	Cámara	Tamaño	Tamaño	Formato
JPEG	Canon EOS 80D	6000 x 4000 pixeles	1548 x 871	JPEG
Tipo de luz	Composición	Flash incorporado	Descripción:	
Nublado	Regla de tercios	No	Con la herramienta cámara <i>raw</i> se modificaron los colores, se retiró los cables para obtener una imagen limpia y cambió el tamaño de la imagen para exportar a <i>InDesign</i> .	
Flash externo	Parroquia	Nombre	Observación:	
No	Punín	Museo de Punín	La ubicación y el encuadre que el fotógrafo tomó en cuenta fue la adecuada para capturar en su totalidad el atractivo, un lente gran angular ayuda a una mejor toma cuando los objetos están cercanos.	
Plano	Ángulo	Distancia focal		
General alargado	Normal	20 milímetros		
Copyright	Jhonatan Naranjo			

Fuente: Atractivo Histórico – Parroquia Punín

Elaborado por: Jhonatan Naranjo

Tabla 5.25. Ficha técnica de fotografía Licto

Sin retoque			Con retoque	
				
<b>ISO</b>	<b>Velocidad de obturación</b>	<b>Apertura</b>	<b>Programa</b>	<b>Herramientas</b>
100	1/400 s	f/5.6	Adobe <i>Photoshop</i>	Cámara <i>raw</i>
<b>Formato</b>	<b>Cámara</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Formato</b>
JPEG	Canon EOS 80D	6000 x 4000 pixeles	1548 x 871	JPEG
<b>Tipo de luz</b>	<b>Composición</b>	<b>Flash incorporado</b>	<b>Descripción:</b>	
Nublado	Regla de tercios	No	Con la herramienta cámara <i>raw</i> se modificó la saturación e iluminación y el tamaño de la imagen para exportar a <i>InDesign</i> .	
<b>Flash externo</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Nombre</b>		
No	Licto	Cerro Tulabug	<b>Observación:</b>	
<b>Plano</b>	<b>Ángulo</b>	<b>Distancia focal</b>	La ubicación y el encuadre que el fotógrafo tomó en cuenta fue la adecuada para capturar en su totalidad el atractivo, es recomendable utilizar un lente gran angular o un teleobjetivo dependiendo de la distancia.	
General alargado	Contrapicado	110 milímetros		
<b>Copyright</b>	Jhonatan Naranjo			

**Fuente:** Atractivo Natural – Parroquia Licto  
**Elaborado por:** Jhonatan Naranjo

Tabla 5.26. Ficha técnica de fotografía Licto

Sin retoque			Con retoque	
				
<b>ISO</b>	<b>Velocidad de obturación</b>	<b>Apertura</b>	<b>Programa</b>	<b>Herramientas</b>
100	1/2000 s	f/3.5	Adobe <i>Photoshop</i>	Cámara <i>raw</i>
<b>Formato</b>	<b>Cámara</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Formato</b>
JPEG	Canon EOS 80D	6000 x 4000 pixeles	1548 x 871	JPEG
<b>Tipo de luz</b>	<b>Composición</b>	<b>Flash incorporado</b>	<b>Descripción:</b>	
Nublado	Regla de tercios	No	Con la herramienta cámara <i>raw</i> se modificó la saturación e iluminación y el tamaño de la imagen para exportar a <i>InDesign</i> .	
<b>Flash externo</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Nombre</b>		
No	Licto	Huellas de Mastodonte	<b>Observación:</b>	
<b>Plano</b>	<b>Ángulo</b>	<b>Distancia focal</b>	La ubicación y el encuadre que el fotógrafo tomó en cuenta fue la adecuada para capturar en su totalidad el atractivo, un lente gran angular ayuda a una mejor toma cuando los objetos están cercanos.	
General alargado	Picado	110 milímetros		
<b>Copyright</b>	Jhonatan Naranjo			

**Fuente:** Atractivo Natural – Parroquia Licto

**Elaborado por:** Jhonatan Naranjo

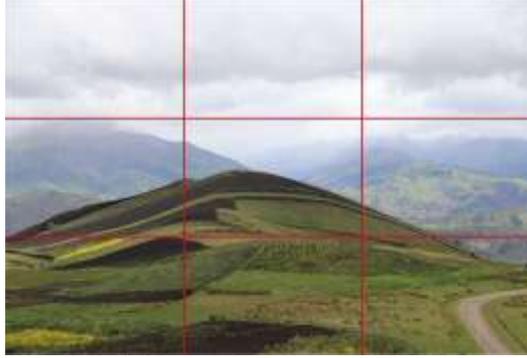
Tabla 5.27. Ficha técnica de fotografía Licto

Sin retoque			Con retoque	
				
<b>ISO</b>	<b>Velocidad de obturación</b>	<b>Apertura</b>	<b>Programa</b>	<b>Herramientas</b>
100	1/1250 s	f/4	Adobe <i>Photoshop</i>	Cámara <i>raw</i> , pincel corrector puntual, pincel corrector, parche
<b>Formato</b>	<b>Cámara</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Formato</b>
JPEG	Canon EOS 80D	6000 x 4000 pixeles	1548 x 871	JPEG
<b>Tipo de luz</b>	<b>Composición</b>	<b>Flash incorporado</b>	<b>Descripción:</b>	
Nublado	Regla de tercios	No	Con la herramienta cámara <i>raw</i> se modificaron los colores, se retiró los cables para obtener una imagen limpia y cambió el tamaño de la imagen para exportar a <i>InDesign</i> .	
<b>Flash externo</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Nombre</b>		
No	Licto	Iglesia Gueseche	<b>Observación:</b>	
<b>Plano</b>	<b>Ángulo</b>	<b>Distancia focal</b>	La ubicación y el encuadre que el fotógrafo tomó en cuenta fue la adecuada para capturar en su totalidad el atractivo, un lente gran angular ayuda a una mejor toma cuando los objetos están cercanos.	
General alargado	Normal	28 milímetros		
<b>Copyright</b>	Jhonatan Naranjo			

**Fuente:** Atractivo Histórico – Parroquia Licto

**Elaborado por:** Jhonatan Naranjo

Tabla 5.28. Ficha técnica de fotografía Flores

Sin retoque			Con retoque	
				
<b>ISO</b>	<b>Velocidad de obturación</b>	<b>Apertura</b>	<b>Programa</b>	<b>Herramientas</b>
100	1/640 s	f/4.5	Adobe <i>Photoshop</i>	Cámara <i>raw</i>
<b>Formato</b>	<b>Cámara</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Formato</b>
JPEG	Canon EOS 80D	6000 x 4000 pixeles	1548 x 871	JPEG
<b>Tipo de luz</b>	<b>Composición</b>	<b>Flash incorporado</b>	<b>Descripción:</b>	
Nublado	Regla de tercios	No	Con la herramienta cámara <i>raw</i> se modificó la saturación e iluminación y el tamaño de la imagen para exportar a <i>InDesign</i> .	
<b>Flash externo</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Nombre</b>		
No	Flores	Cerro Puchi	<b>Observación:</b>	
<b>Plano</b>	<b>Ángulo</b>	<b>Distancia focal</b>	La ubicación y el encuadre que el fotógrafo tomó en cuenta fue la adecuada para capturar en su totalidad el atractivo, un lente teleobjetivo ayuda a una mejor toma cuando los objetos están lejanos.	
General alargado	Picado	40 milímetros		
<b>Copyright</b>	Jhonatan Naranjo			

**Fuente:** Atractivo Natural – Parroquia Flores  
**Elaborado por:** Jhonatan Naranjo

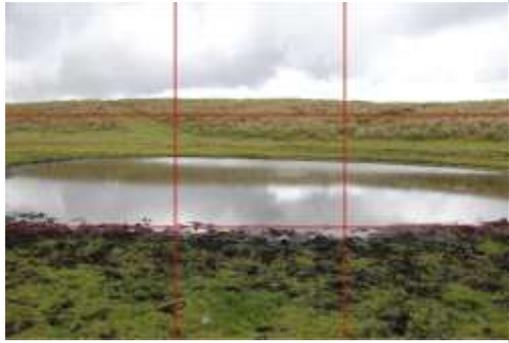
Tabla 5.29. Ficha técnica de fotografía Flores

Sin retoque			Con retoque	
				
<b>ISO</b>	<b>Velocidad de obturación</b>	<b>Apertura</b>	<b>Programa</b>	<b>Herramientas</b>
100	1/1600 s	f/3.5	Adobe <i>Photoshop</i>	Cámara <i>raw</i> , pincel corrector puntual, pincel corrector, parche
<b>Formato</b>	<b>Cámara</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Formato</b>
JPEG	Canon EOS 80D	6000 x 4000 pixeles	1548 x 871	JPEG
<b>Tipo de luz</b>	<b>Composición</b>	<b>Flash incorporado</b>	<b>Descripción:</b>	
Soleado	Regla de tercios	No	Con la herramienta cámara <i>raw</i> se modificaron los colores, se retiró los cables para obtener una imagen limpia y cambió el tamaño de la imagen para exportar a <i>InDesign</i> .	
<b>Flash externo</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Nombre</b>	<b>Observación:</b>	
No	Flores	Iglesia de Santo Cristo	La ubicación y el encuadre que el fotógrafo tomó en cuenta fue la adecuada para capturar en su totalidad el atractivo, un lente teleobjetivo ayuda a una mejor toma cuando los objetos están lejanos.	
<b>Plano</b>	<b>Ángulo</b>	<b>Distancia focal</b>		
General alargado	Normal	18 milímetros		
<b>Copyright</b>	Jhonatan Naranjo			

Fuente: Atractivo Histórico – Parroquia Flores

Elaborado por: Jhonatan Naranjo

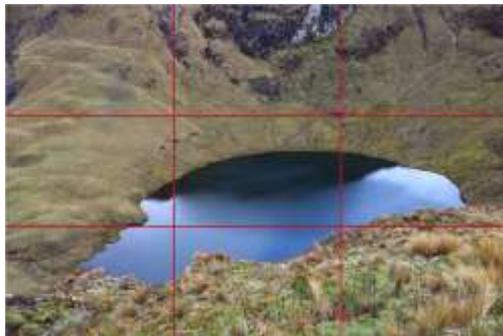
Tabla 5.30. Ficha técnica de fotografía Flores

Sin retoque			Con retoque	
				
<b>ISO</b>	<b>Velocidad de obturación</b>	<b>Apertura</b>	<b>Programa</b>	<b>Herramientas</b>
100	1/640 s	f/3.5	Adobe <i>Photoshop</i>	Cámara <i>raw</i>
<b>Formato</b>	<b>Cámara</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Formato</b>
JPEG	Canon EOS 80D	6000 x 4000 pixeles	1548 x 871	JPEG
<b>Tipo de luz</b>	<b>Composición</b>	<b>Flash incorporado</b>	<b>Descripción:</b>	
Nublado	Regla de tercios	No	Con la herramienta cámara <i>raw</i> se modificó la saturación e iluminación y el tamaño de la imagen para exportar a <i>InDesign</i> .	
<b>Flash externo</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Nombre</b>	<b>Observación:</b>	
No	Flores	Laguna de Pichirón		
<b>Plano</b>	<b>Ángulo</b>	<b>Distancia focal</b>	La ubicación y el encuadre que el fotógrafo tomó en cuenta fue la adecuada para capturar en su totalidad el atractivo, un lente teleobjetivo ayuda a una mejor toma cuando los objetos están lejanos.	
General alargado	Picado	18 milímetros		
<b>Copyright</b>	Jhonatan Naranjo			

**Fuente:** Atractivo Natural – Parroquia Flores

**Elaborado por:** Jhonatan Naranjo

Tabla 5.31. Ficha técnica de fotografía Pungalá

Sin retoque			Con retoque	
				
<b>ISO</b>	<b>Velocidad de obturación</b>	<b>Apertura</b>	<b>Programa</b>	<b>Herramientas</b>
100	1/200 s	f/4	Adobe <i>Photoshop</i>	Cámara <i>raw</i>
<b>Formato</b>	<b>Cámara</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Formato</b>
JPEG	Canon EOS 80D	6000 x 4000 pixeles	1548 x 871	JPEG
<b>Tipo de luz</b>	<b>Composición</b>	<b>Flash incorporado</b>	<b>Descripción:</b>	
Nublado	Regla de tercios	No	Con la herramienta cámara <i>raw</i> se modificó la saturación e iluminación y el tamaño de la imagen para exportar a <i>InDesign</i> .	
<b>Flash externo</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Nombre</b>	<b>Observación:</b>	
No	Pungalá	Laguna de Cacadrón	La ubicación y el encuadre que el fotógrafo tomó en cuenta fue la adecuada para capturar en su totalidad el atractivo, un lente teleobjetivo ayuda a una mejor toma cuando los objetos están lejanos.	
<b>Plano</b>	<b>Ángulo</b>	<b>Distancia focal</b>		
General alargado	Picado	24 milímetros		
<b>Copyright</b>	Jhonatan Naranjo			

Fuente: Atractivo Natural – Parroquia Pungalá

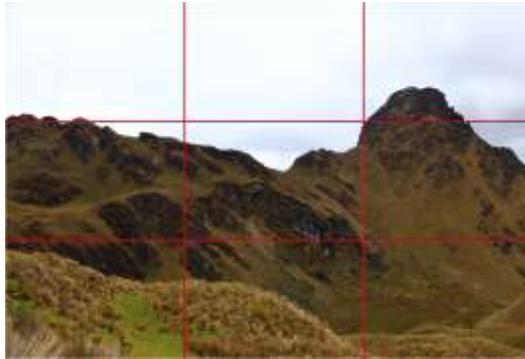
Elaborado por: Jhonatan Naranjo

Tabla 5.32, Ficha técnica de fotografía Pungalá

Sin retoque			Con retoque	
				
<b>ISO</b>	<b>Velocidad de obturación</b>	<b>Apertura</b>	<b>Programa</b>	<b>Herramientas</b>
100	1/1000 s	f/5	Adobe <i>Photoshop</i>	Cámara <i>raw</i>
<b>Formato</b>	<b>Cámara</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Formato</b>
JPEG	Canon EOS 80D	6000 x 4000 pixeles	1548 x 871	JPEG
<b>Tipo de luz</b>	<b>Composición</b>	<b>Flash incorporado</b>	<b>Descripción:</b>	
Nublado	Regla de tercios	No	Con la herramienta cámara <i>raw</i> se modificó la saturación e iluminación y el tamaño de la imagen para exportar a <i>InDesign</i> .	
<b>Flash externo</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Nombre</b>	<b>Observación:</b>	
No	Pungalá	Mirador Sangay		
<b>Plano</b>	<b>Ángulo</b>	<b>Distancia focal</b>	La ubicación y el encuadre que el fotógrafo tomó en cuenta fue la adecuada para capturar en su totalidad el atractivo, un lente teleobjetivo ayuda a una mejor toma cuando los objetos están lejanos.	
General alargado	Normal	70 milímetros		
<b>Copyright</b>	Jhonatan Naranjo			

**Fuente:** Atractivo Natural – Parroquia Pungalá  
**Elaborado por:** Jhonatan Naranjo

Tabla 5.33. Ficha técnica de fotografía Pungalá

Sin retoque			Con retoque	
				
<b>ISO</b>	<b>Velocidad de obturación</b>	<b>Apertura</b>	<b>Programa</b>	<b>Herramientas</b>
100	1/500 s	f/3.5	Adobe <i>Photoshop</i>	Cámara <i>raw</i>
<b>Formato</b>	<b>Cámara</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Formato</b>
JPEG	Canon EOS 80D	6000 x 4000 pixeles	1548 x 871	JPEG
<b>Tipo de luz</b>	<b>Composición</b>	<b>Flash incorporado</b>	<b>Descripción:</b>	
Nublado	Regla de tercios	No	Con la herramienta cámara <i>raw</i> se modificó la saturación e iluminación y el tamaño de la imagen para exportar a <i>InDesign</i> .	
<b>Flash externo</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Nombre</b>		
No	Pungalá	Páramos	<b>Observación:</b>	
<b>Plano</b>	<b>Ángulo</b>	<b>Distancia focal</b>	La ubicación y el encuadre que el fotógrafo tomó en cuenta fue la adecuada para capturar en su totalidad el atractivo, un lente teleobjetivo ayuda a una mejor toma cuando los objetos están lejanos.	
General alargado	Normal	18 milímetros		
<b>Copyright</b>	Jhonatan Naranjo			

**Fuente:** Atractivo Natural – Parroquia Pungalá

**Elaborado por:** Jhonatan Naranjo

Tabla 5.34. Ficha técnica de fotografía Licán

Sin retoque			Con retoque	
				
<b>ISO</b>	<b>Velocidad de obturación</b>	<b>Apertura</b>	<b>Programa</b>	<b>Herramientas</b>
100	1/1000 s	f/3.5	Adobe <i>Photoshop</i>	Cámara <i>raw</i> , pincel corrector puntual, pincel corrector, parche
<b>Formato</b>	<b>Cámara</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Formato</b>
JPEG	Canon EOS 80D	6000 x 4000 pixeles	1548 x 871	JPEG
<b>Tipo de luz</b>	<b>Composición</b>	<b>Flash incorporado</b>	<b>Descripción:</b>	
Nublado	Regla de tercios	No	Con la herramienta cámara <i>raw</i> se modificó la saturación e iluminación y el tamaño de la imagen para exportar a <i>InDesign</i> .	
<b>Flash externo</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Nombre</b>		
No	Licán	Cerro Cushcud	<b>Observación:</b>	
<b>Plano</b>	<b>Ángulo</b>	<b>Distancia focal</b>	La ubicación y el encuadre que el fotógrafo tomó en cuenta fue la adecuada para capturar en su totalidad el atractivo, un lente gran angular ayuda a una mejor toma cuando los objetos están cercanos.	
General alargado	Normal	18 milímetros		
<b>Copyright</b>	Jhonatan Naranjo			

**Fuente:** Atractivo Natural – Parroquia Licán  
**Elaborado por:** Jhonatan Naranjo

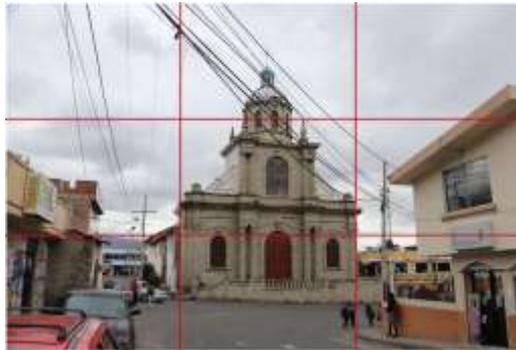
Tabla 5.35. Ficha técnica de fotografía Licán

Sin retoque			Con retoque	
				
<b>ISO</b>	<b>Velocidad de obturación</b>	<b>Apertura</b>	<b>Programa</b>	<b>Herramientas</b>
100	1/1250 s	f/4.5	Adobe <i>Photoshop</i>	Cámara <i>raw</i> , pincel corrector puntual, pincel corrector, parche
<b>Formato</b>	<b>Cámara</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Formato</b>
JPEG	Canon EOS 80D	6000 x 4000 pixeles	1548 x 871	JPEG
<b>Tipo de luz</b>	<b>Composición</b>	<b>Flash incorporado</b>	<b>Descripción:</b>	
Nublado	Regla de tercios	No	Con la herramienta cámara <i>raw</i> se modificaron los colores, se retiró los cables para obtener una imagen limpia y cambió el tamaño de la imagen para exportar a <i>InDesign</i> .	
<b>Flash externo</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Nombre</b>		
No	Licán	Iglesia La Inmaculada	<b>Observación:</b>	
<b>Plano</b>	<b>Ángulo</b>	<b>Distancia focal</b>	La ubicación y el encuadre que el fotógrafo tomó en cuenta fue la adecuada para capturar en su totalidad el atractivo, un lente gran angular ayuda a una mejor toma cuando los objetos están cercanos y un teleobjetivo cuando los elementos está lejanos.	
General alargado	Contrapicado	70 milímetros		
<b>Copyright</b>	Jhonatan Naranjo			

**Fuente:** Atractivo Histórico – Parroquia Licán

**Elaborado por:** Jhonatan Naranjo

Tabla 5.36. Ficha técnica de fotografía Licán

Sin retoque			Con retoque	
				
<b>ISO</b>	<b>Velocidad de obturación</b>	<b>Apertura</b>	<b>Programa</b>	<b>Herramientas</b>
100	1/1250 s	f/3.5	Adobe <i>Photoshop</i>	Cámara <i>raw</i> , pincel corrector puntual, pincel corrector, parche
<b>Formato</b>	<b>Cámara</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Formato</b>
JPEG	Canon EOS 80D	6000 x 4000 pixeles	1548 x 871	JPEG
<b>Tipo de luz</b>	<b>Composición</b>	<b>Flash incorporado</b>	<b>Descripción:</b>	
Nublado	Regla de tercios	No	Con la herramienta cámara <i>raw</i> se modificaron los colores, se retiró los cables para obtener una imagen limpia y cambió el tamaño de la imagen para exportar a <i>InDesign</i> .	
<b>Flash externo</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Nombre</b>		
No	Licán	Iglesia San Pedro de Licán	<b>Observación:</b>	
<b>Plano</b>	<b>Ángulo</b>	<b>Distancia focal</b>	La ubicación y el encuadre que el fotógrafo tomó en cuenta fue la adecuada para capturar en su totalidad el atractivo, un lente gran angular ayuda a una mejor toma cuando los objetos están cercanos y un teleobjetivo cuando los elementos está lejanos.	
General alargado	Contrapicado	18 milímetros		
<b>Copyright</b>	Jhonatan Naranjo			

**Fuente:** Atractivo Histórico – Parroquia Licán  
**Elaborado por:** Jhonatan Naranjo

De acuerdo a los datos mencionados, se puede concluir que para la toma de fotografías se utilizó el ángulo picado para miradores, lagunas, cascadas y cerros; el plano contrapicado para atractivos arquitectónicos de gran altura y un plano normal cuando el atractivo está fácilmente visible.

Así mismo el tamaño de las imágenes sin edición es de 6000 x 4000 px. y una vez ya editado con un tamaño de 765,354 x 418 px., así la fotografía puede estar acorde al formato de página.

### 3.8. Cromática

Los colores predominantes son los mismos de la bandera de Riobamba que junto con el *branding* ayuda a generar confianza del 80% en los lectores:

1. Azul – Pantone 7463 C
2. Rojo – Pantone 206 C

### 3.9. Tipografía

El esfuerzo, la rapidez y la legibilidad en la tipografía son los fundamentos a tomarse en cuenta para la selección caligráfica.

La tipografía usada en el *book* fotográfico es de nombre *Roboto* con todas sus variantes; debido a que al momento de leer grandes cuerpos de texto y de tamaño reducido es recomendable utilizar una tipografía *sans serif* como lo es la escogida. Además, tiene una variante de 16 tipos entre negritas, *light* y cursivas. De estas se han tomado en cuenta cuatro de ellas:

- Títulos: 55 puntos con *Roboto bold condensed*
- Subtítulos: 30 puntos con *Roboto condensed italic* y *Roboto bold condensed italic*
- Cuerpo de texto: 14 puntos con *Roboto condensed*
- Interlineado: 17 puntos

El lector debe estar de 35 a 40 centímetros aproximadamente del aparato electrónico con la finalidad de que su lectura sea continua y eficaz.

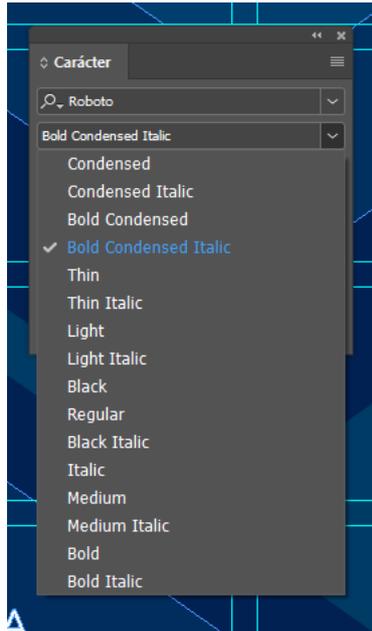


Figura N° 5.10. Tipografía

Fuente: Jhonatan Naranjo (2019)

### c. Causa material

Al referirse a la causa material, se debe tomar los principales materiales que se usa para la realización de este proyecto. A continuación:

#### 1. Material fotográfico

- **Cuerpo de la cámara:** Canon 80D profesional con 24 megapíxeles que va del ISO 100 al 25000 con 29 puntos de enfoque, disparos de larga y corta exposición, pantalla táctil con 5 batería de litio.
- **Lentes:** Teleobjetivo Canon 18 - 200 mm STM con estabilizador automático y enfoque manual.

#### 2. Computadora

CPU con *Intel Core i7*, memoria *RAM* de 16 GB, sistema operativo de 64 *bits* y una tarjeta de video de 1 *GB*.

#### 3. Material informativo

En cuanto al material informativo, se pudo obtener información de las fichas de atractivos turísticos en donde detalla:

- Categoría a la que pertenece el atractivo
- Clima
- Horario de accesibilidad (en algunos atractivos tienen una hora adecuada en que se pueden visitar los mismos debido a la dificultad de llegada y/o salida)
- Accesibilidad
- Actividades que se practican (deportes, fotografía, *camping*, etc.)

Fuera de esto, también se manifiesta algunas recomendaciones y una síntesis para la buena visita a los diferentes atractivos turísticos.

#### **4. Material auxiliar**

Debido a que los atractivos engloban una gran variedad de nevados, miradores, bosques, cerros y cascadas que son representativas de cada lugar; hubo dificultad al llegar a cada uno de los destinos, por lo tanto, se requirió la ayuda de:

- Vehículo 4x4
- Equipo de media y alta montaña
- *GPS*
- Mapas de la zona como referencia
- Un guía local en la parroquia de Pungalá

#### **d. Causa técnica**

Culminando el proceso de investigación es necesario adaptarse a las realidades actuales tales como son el aspecto social logrando satisfacer las necesidades de las personas por medio de información y en el aspecto ecológico reduciendo papel. Para esto se usó softwares como:

##### **1. Adobe Ilustrador**

El software permitió la ilustración de mapas, línea gráfica, portada, contraportada y separadores de página.

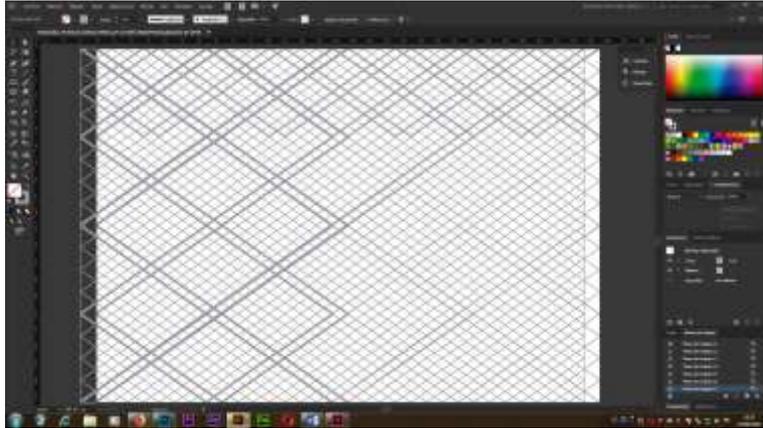


Figura N° 5.11. Medias y diagonales

Fuente: Jhonatan Naranjo (2019)



Figura N° 5.12. Diseño de portada

Fuente: Jhonatan Naranjo (2019)

El diseño de la portada contiene marcas de agua de color blanco con diferente grado de opacidad, dando a denotar la ley de movimiento y repetición, en la parte superior centrada se encuentra la marca del Gobierno Autónomo Descentralizado de Riobamba (GAD-M Riobamba) icono representativo del mismo, el título del libro junto a la marca territorial Riobamba. En el fondo se utilizó una imagen del Nevado Chimborazo para mayor impacto visual, por su posicionamiento, importancia y para que las personas relacionen el contenido de los atractivos que se dan a conocer en el libro fotográfico.



Figura N° 5.13. Diseño mapa de Riobamba

Fuente: Jhonatan Naranjo (2019)

A cada parroquia se le otorgo un color distintivo, la jerarquía de las parroquias están con referencia de norte a sur.



Figura N° 5.14. Diseño de separadores de página

Fuente: Jhonatan Naranjo (2019)

Los separadores de página contienen manchas de color azul y rojo que tienen orientación hacia el texto informativo complementado con una ilustración del mapa de la parroquia.



Figura N° 5.15. Diseño Contraportada

Fuente: Jhonatan Naranjo (2019)

Sobre un fondo azul se colocaron manchas de color blanco con diferente opacidad formando una estructura con movimiento y repetición, en la parte inferior se incrustó la marca del GAD-M y la marca territorial de Riobamba en su variante en blanco.

## 2. Adobe Photoshop

El software permitió dar un retoque de color, quitar manchas, cables y postes que dificultan la buena observación de la fotografía.

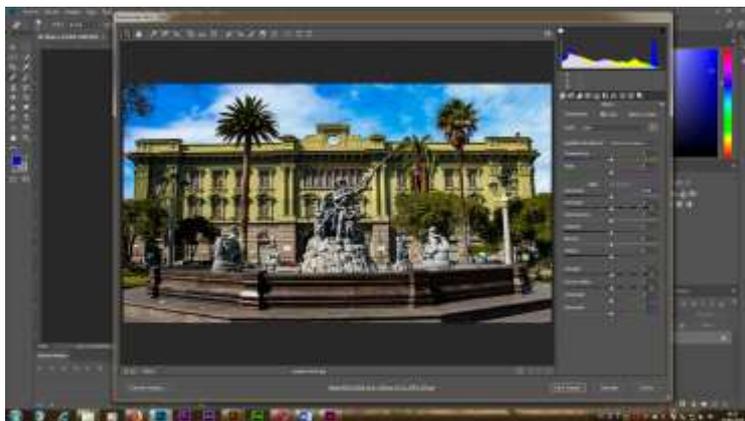


Figura N° 5.16. Cámara raw de *Photoshop*

Fuente: Jhonatan Naranjo (2019)

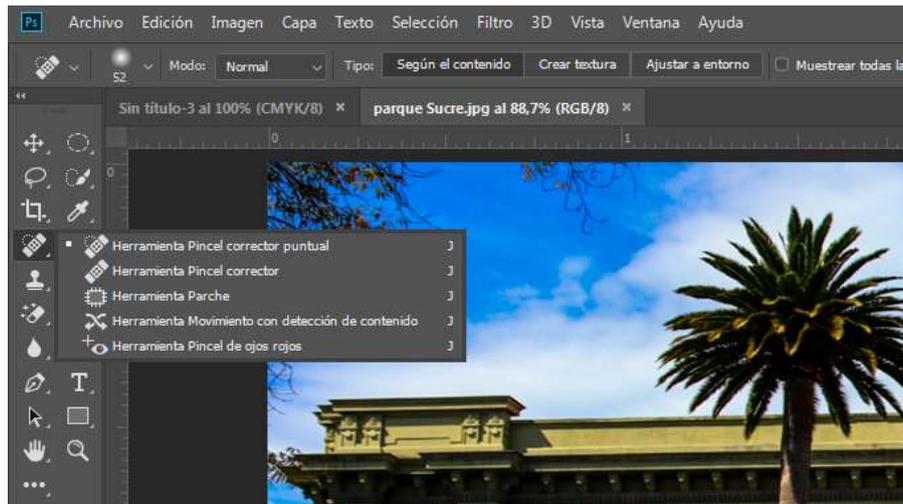


Figura N° 5.17. Herramientas pinceles correctores

Fuente: Jhonatan Naranjo (2019)



Figura N° 5.18. Herramienta pinceles

Fuente: Jhonatan Naranjo (2019)



Figura N° 5.19. Cuentagotas

Fuente: Jhonatan Naranjo (2019)

### 3. Adobe Indesign

Es el más usado para la maquetación y diagramación de la revista con columnas y módulos mencionados anteriormente.

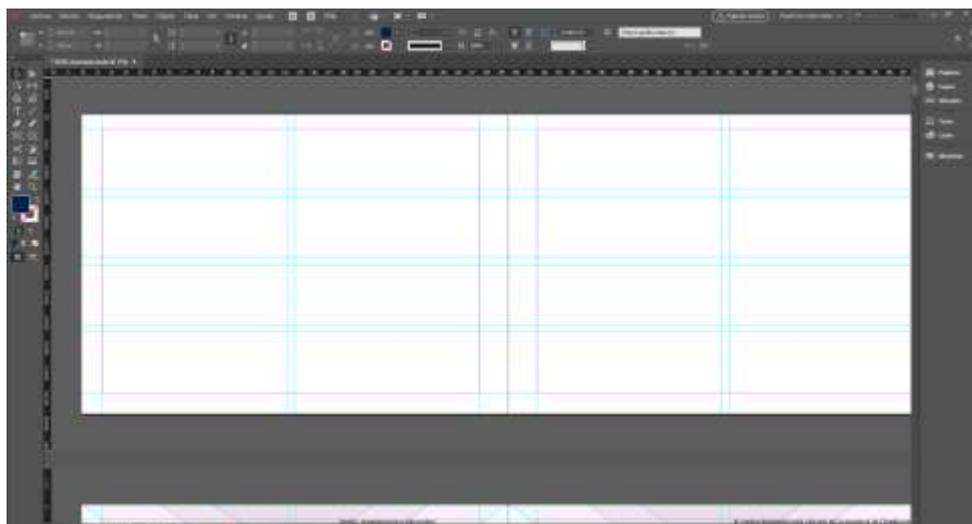


Figura N° 5.20. Módulos

Fuente: Jhonatan Naranjo (2019)



Figura N° 5.21. Portada

Fuente: Jhonatan Naranjo (2019)

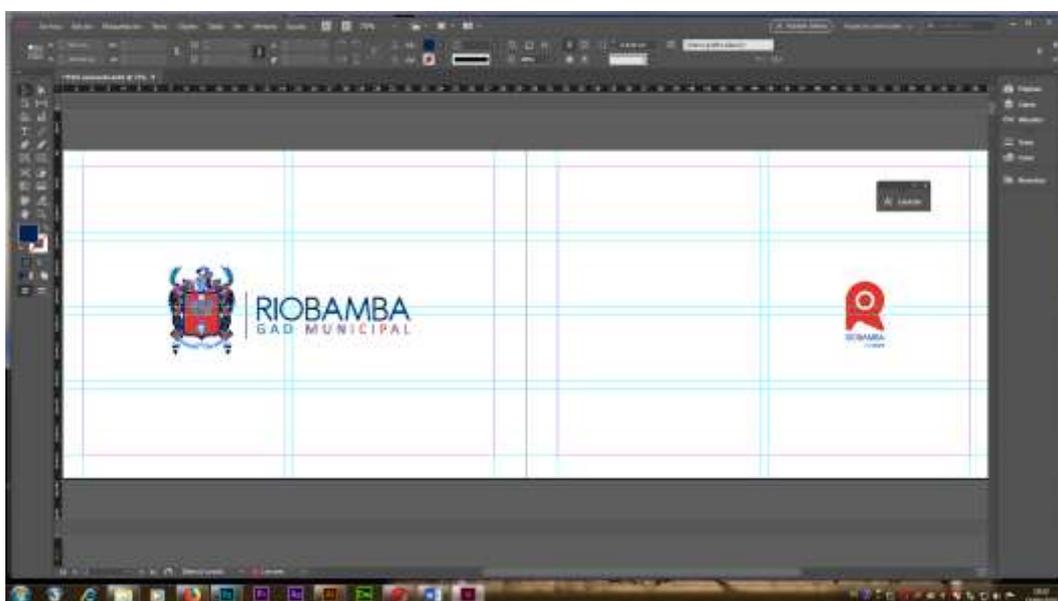


Figura N° 5.22. Portadas internas

Fuente: Jhonatan Naranjo (2019)



Figura N° 5.23. Separadores de página

Fuente: Jhonatan Naranjo (2019)

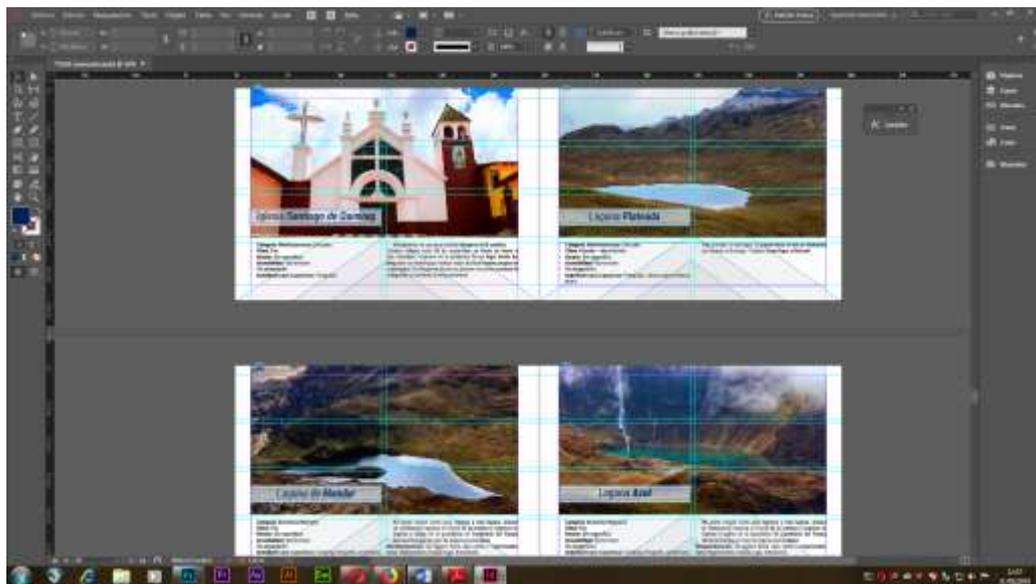


Figura N° 5.24. Páginas internas

Fuente: Jhonatan Naranjo (2019)

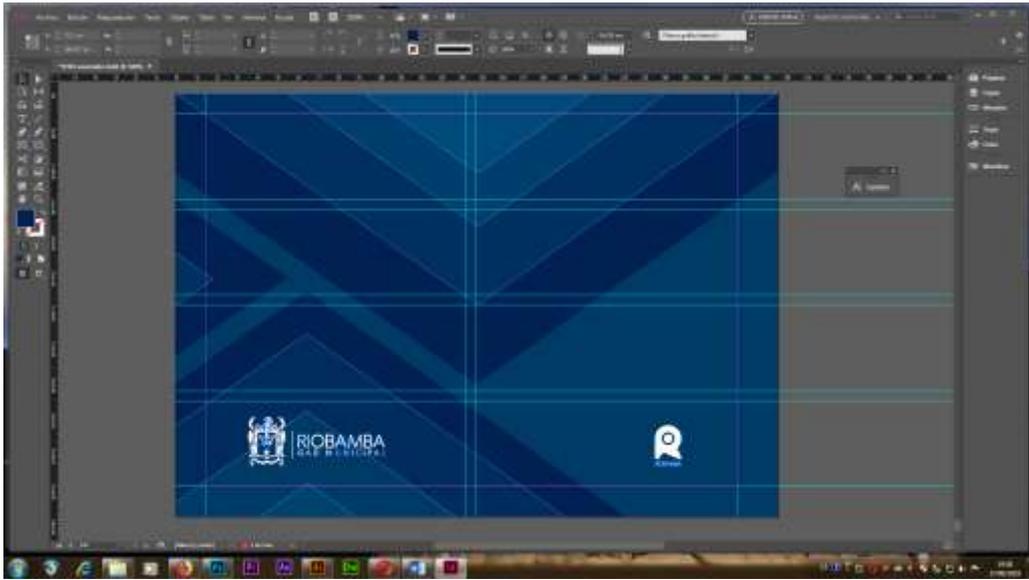


Figura N° 5.25. Contraportada

Fuente: Jhonatan Naranjo (2019)

## CAPÍTULO VI

### 6.1. Conclusiones

1. Tal como se demostró anteriormente, es importante la implementación de un *book* fotográfico digital debido al escaso conocimiento sobre los atractivos turísticos del cantón Riobamba; además de promover la reducción de papel, tinta y transporte.

Este producto se realizó buscando el posicionamiento de los sitios turísticos a largo plazo por medio de fotografías que resalten las bellezas históricas, naturales y culturales que se ofrece, brindando información rápida, eficaz y funcional.

2. Se debe utilizar las herramientas adecuadas para la recolección de datos para un mejor enfoque a la solución de la problemática por medio de parámetros técnicos que permiten la realización del *book* fotográfico digital.

La investigación también detalla con más claridad los puntos clave que son importantes para determinar las fallas de posicionamiento que tiene cada sector con sus distintos escenarios.

3. Es claro que la fotografía es valiosa dentro del *book* fotográfico, puesto que no solo llevan a presentar algo, sino que presentan un proceso de comunicación para permitir identificar cada uno de los atractivos.

También, debe generar impacto visual, recuerdo, pregnancia y estímulo en el público objetivo recalcando así que una imagen vale más que mil palabras.

4. Al desarrollar el diseño se debe tomar muy en cuenta la elaboración del boceto previo a la digitalización del mismo, teniendo en cuenta que lo primordial es la fotografía, la legibilidad y funcionalidad.

Mediante esta técnica se puede desarrollar de mejor manera un concepto rápido mejorando el proceso de diseño y explicando de mejor manera las ideas a otras personas.

## 6.2. Recomendaciones

1. Realizar un *book* ilustrado de los atractivos turísticos enfocado a niños que permita informar a las audiencias más pequeñas de manera divertida y entendible, inculcando así el deseo por conocer lugares propios de la localidad.

Es importante tomar en cuenta los parámetros profesionales que este producto debe tener considerando el *target*, motivando ya que no son los mismos desarrollaos en este producto.

2. Efectuar la impresión de ejemplares para que sean distribuidos en las bibliotecas locales y nacionales con el fin de brindar información para el *target* no considerado en esta investigación.

Es primordial facilitar el acceso equitativo a la información con el fin de promover la lectura y posibilitando un mejor desarrollo cultural. Además de ser útiles para posteriores investigaciones que tengan relación con el tema.

3. Ejecutar un buen manejo de los canales digitales con el propósito de mejorar la distribución y el acceso a la información que contiene el *book*, con la coordinación de la Dirección de Gestión de Turismo de Riobamba, Coordinación Zonal de Turismo N°3 y del Ministerio de Turismo.

Permitiendo un desarrollo económico sustentable en estos sectores y de tal modo que crezca el posicionamiento de Riobamba como potencia turística por la cantidad de lugares que se ofertan.

4. No sobrexponer ni exagerar la edición fotográfica porque se crea una distorsión de la realidad y puede provocar malestar en el público. De la misma manera no implementar distractores visuales junto a la fotografía.

## BIBLIOGRAFÍA

- (2017). Obtenido de FotoNostra:  
<https://www.fotonostra.com/fotografia/fotonocurna.htm>
- Alejandro, L. (13 de Diciembre de 2013). *InfoGráfica*. Obtenido de <http://infografica.net/disenio-grafico/por-que-utilizar-una-reticula/#!prettyPhoto/0/>
- Archerphoto. (2016). *archerphoto.eu*. Obtenido de <https://www.archerphoto.eu/books/>
- Arias, J. P. (2015). *Desarrollo de un book fotográfico de los ritos de la Cultura Shuar oara fortalecer la identidad de la zona en los jóvenes*. Quito.
- Banegas, E. B. (2018). *Producción de un libro fotográfico sobre las tradiciones, recursos naturales, gastronomía y atractivos que posee Baños*. Cuenca.
- Becerra, M. (19 de Marzo de 2015). *Arquibec*. Obtenido de <https://arquibec.wordpress.com/2015/03/19/tipos-de-angulacion-en-la-fotografia/>
- Belcastro, B. (11 de Marzo de 2010). *Hipertextual*. Obtenido de <https://hipertextual.com/archivo/2010/03/guia-objetivos/>
- Blois, A. d. (2010). *Blog del fotografo*. Obtenido de <https://www.blogdelfotografo.com/tipos-de-planos-en-fotografia/>
- Bozal, J. F. (2015). *Fotografía digital*. Rev. España.
- Canon. (2019). Obtenido de <https://www.canon.es/>
- Castromil, C. D. (2015). *Hoffmann*. Obtenido de [https://www.hofmann.es/blog/tipos-de-planos-fotograficos-y-cuando-utilizarlos/#Plano\\_entero](https://www.hofmann.es/blog/tipos-de-planos-fotograficos-y-cuando-utilizarlos/#Plano_entero)
- De Buen, J. (2005). *Manual de Diseño Editorial*. México D.F.: D.R. O 2000 por Editorial Santillana, S.A. de C.V.
- de Buen, J. (2012). *Manual de Diseño Editorial*. Buenos Aires.
- EcuRed*. (2018). Obtenido de [https://www.ecured.cu/Riobamba\\_\(Ecuador\)](https://www.ecured.cu/Riobamba_(Ecuador))
- El blog de la fotografía*. (2019 de Febrero de 2018). Obtenido de <https://elblogdelafotografia.com/regla-de-los-tercios/>
- Elizalde, L. (Agosto de 2017). *Scielo*. Obtenido de [http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1012-15872007000200002](http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1012-15872007000200002)

- Española, R. A. (23 de Abril de 2019). *Real Academia Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/?id=WHP7f5o>
- Fajardo, Ó. (5 de Enero de 2010). *Friendly Business*. Obtenido de <https://fbusiness.wordpress.com/2008/01/05/el-concepto-de-posicionamiento-en-las-empresas-y-estrategias-para-su-desarrollo/>
- Fernandez, A. (2016). Argentina.
- Fernández, B. (2009). Pintura y fotografía. El diálogo entre dos lenguajes. *Revista Almiar*, 3, 7.
- Freeman, M. (1999). El estilo en la fotografía. Turson S.A. - H. Blume; Edición: 1.
- Fuster, X. (2018). *La fotografía es mi pasión*. Obtenido de <https://www.lafotografiaesmiopcion.com/nueva-york-flores-y-arquitectura-la-fotografia-en-el-mundo/#comment-12>
- Ghinaglia, D. (2018). Taller de Diseño Editorial. Palermo: Diseño en Palermo.
- INEC. (2017). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Kamen, H. (16 de abril de 2014). *El Mundo*. Obtenido de <https://www.elmundo.es/opinion/2014/04/16/534ed68c22601d2c728b457a.html>
- León, N. (2016). *dzoom*. Obtenido de <https://www.dzoom.org.es/tipos-de-plano-fotografico/>
- Liarte, D. (14 de enero de 2010). *xataka foto*. Obtenido de <https://www.xatakafoto.com/tutoriales/los-tipos-de-angulos-en-las-fotografias>
- López, J. C. (20 de Julio de 2016). *Xataka*. Obtenido de <https://www.xataka.com/fotografia-y-video/que-es-la-sensibilidad-iso-y-como-puedes-usarla-para-mejorar-la-calidad-de-tus-fotografias>
- Lopez, T. (febrero de 2016). *DZoom*. Obtenido de <https://www.dzoom.org.es/sabes-para-que-sirve-la-sensibilidad-iso-de-tu-camara/>
- Luna, L. (10 de Noviembre de 2010). *Hipertextual*. Obtenido de <https://hipertextual.com/archivo/2010/11/planos-en-fotografia/>
- Macfarlane, R. (3 de 1 de 2017). *Aforisticamente*. Obtenido de <https://aforisticamente.com/2017/01/03/frases-y-citas-sobre-paisaje-y-panorama/>
- Martínez, J. C. (2015). *El debate investigación cualitativa frente a investigación cuantitativa*. ENFERMERÍA CLÍNICA.

- Minguihni, M. (2017). *El blog de fotografía más importante de México*. Obtenido de <https://www.fotografiaesencial.com/blog/2015/09/08/los-diferentes-angulos-que-puedes-usar-en-la-fotografia/>
- Ministerio de Turismo. (2017). *Jerarquización de atractivos*, 21.
- Monguít, P. E. (2007). *La policía judicial en el sistema penal acusatorio*. Bogotá: Ediciones Doctrina y Ley Ltda.
- Munari, B. (2015). Metodologías proyectuales. En *Creatividad y Metodología de Proyecto* (pág. 15).
- Musso, C. (2017). *El blog del fotógrafo*. Obtenido de <https://www.blogdelfotografo.com/familia/>
- Orcero, D. S. (2014). *Diseño gráfico de productos editoriales multimedia*. Málaga: IC Editorial.
- Orcero, D. S. (2014). *Diseño gráfico de productos editoriales multimedia*. Málaga: IC Editorial.
- Parra, O. (2016). *Oscar Parra Fotógrafo*. Obtenido de <https://www.oscarparrafotografo.com/fotografia-artistica/>
- Pator, M. J. (2013). Horizontes Antropológicos. *El patrimonio cultural como opción turística*, 7.
- Raffino, M. E. (2018). *conceptode*. Obtenido de <https://concepto.de/fotografia/>
- Recio, J. C. (2017). *COMMUNICATION-SOCIETY*. Obtenido de [https://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art\\_id=672#arriba](https://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=672#arriba)
- Regazzoli, V. (2019). *Club de fotografía*. Obtenido de <https://clubdefotografia.net/reglas-composicion/>
- Ricupero, D. S. (2007). *Diseño Gráfico en el aula - Guía de trabajos prácticos*. Buenos Aires: Nobuko.
- Rodríguez, G. (07 de Septiembre de 2015). *Common Sense Media*. Obtenido de <https://www.common sense media.org/espanol/blog/los-beneficios-de-internet-comunicacion-instantanea-de-muchas-formas#>
- Rodriguez, J. I. (2017). Curso de Fotografía Digital. 10-11.
- Ruilova, V. K. (2018). *ESTRATEGIA DE BRANDING PARA GENERAR POSICIONAMIENTO*. Riobamba.

- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la investigación*. México D.F.: INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Sancho, J. B. (9 de Mayo de 2018). *Fotografía mejor para vender más*. Obtenido de <https://fotografiamejorparavendermas.com/la-importancia-de-la-imagen/>
- Scott, R. (1982). *Fundamentos del Diseño*. Buenos Aires: Victor Leru.
- Team, D. (2016). *Fotografía de producto*. Obtenido de <https://www.diligent.es/fotografia-de-producto-que-es-el-iso-en-la-fotografia-y-distancia-focal/>
- Tiempo, E. (26 de Abril de 2014). LA IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGÍA EN LAS EMPRESAS. págs. 4-5.
- Vazquez, S. (13 de agosto de 2015). *netcommerce*. Obtenido de <https://info.netcommerce.mx/blog/angulos-fotograficos/>
- Velázquez, C. (2016). *educacióntecnologicanes2016*. Obtenido de <http://educaciontecnologicanes2016.blogspot.com/2018/05/los-tipos-de-angulos-en-las-fotografias.html>
- Zanón, D. (2017). *Introducción al diseño editorial*. Madrid: Vision Net.
- Zerbes, C. (16 de Diciembre de 2016). *Dzoom*. Obtenido de <https://www.dzoom.org.es/tipos-de-plano-fotografico/>

## ANEXOS

### Anexo 1



**RIOBAMBA**  
GAD MUNICIPAL

Riobamba, 08 de febrero de 2018  
Oficio No. GADMR-GT-2018-0037-O

Arquitecto  
William Quevedo  
**DIRECTOR DE LA ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO**  
**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
Presente.-

De mi consideración:

Por medio del presente expreso un cordial saludo y deseo para Usted toda clase de éxitos en sus funciones.

En atención al Oficio S/N de fecha 07 de febrero de 2018, presentado por el Sr Jhonatan André Naranjo Andrade de cédula de identidad Nro. 020236720-7 estudiante de la Carrera de Diseño Gráfico de la Universidad Nacional de Chimborazo, mediante el cual solicita se le otorgue aval de interés para el proyecto de investigación denominado **Book Fotográfico digital de los atractivos turísticos de Riobamba**, pongo en su conocimiento que son funciones del GADM de Riobamba a través de la Dirección de Gestión de Turismo, apoyar el desarrollo de proyectos multidisciplinarios sobre la base de necesidades insatisfechas detectadas; buscando impulsar el crecimiento turístico cantonal de forma planificada, en función de mejorar la calidad de vida de residentes y de la preservación del patrimonio natural, histórico y cultural.

En tal virtud, es de interés para la institución el proyecto de investigación "**Book Fotográfico digital de los atractivos turísticos de Riobamba**"; por lo cual se otorga el aval para este proyecto por estar orientado a la promoción y difusión de los atractivos turísticos del cantón Riobamba buscando potencializar la oferta turística; de igual manera se facilitará la información e insumos que requiera.

Con sentimientos de distinguida consideración.

Atentamente,

Ing. Gabriela Murillo  
**DIRECTORA DE GESTIÓN TURÍSTICA**



C.c: Sr. Jhonatan André Naranjo Andrade  
**ESTUDIANTE UNACH**

**DIRECCIÓN DE TURISMO**  
Dirección: Av. Daniel León Borja y Brasil Teléfono: (03) 2947-389 / 2963-159  
turismo@gadmriobamba.gob.ec

## Anexo 2

### Prueba de planos y tomas fotográficas

1. Mal encuadre, contaminación visual



**Elaborado por:** Jhonatan Naranjo

2. Mal enfoque



**Elaborado por:** Jhonatan Naranjo

## Anexo 3

### Entrevistas



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN, HUMANAS Y TECNOLOGÍAS  
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO



**Objetivo:** La presente entrevista tiene como objetivo recopilar datos relevantes de investigación por medio del público objetivo en relación a la creación de un book fotográfico digital como estrategia de posicionamiento que facilite promocionar los atractivos turísticos de Riobamba. Los datos obtenidos en la presente investigación serán destinados al uso académico. Agradezco el tiempo prestado para responder las preguntas a continuación.

#### Formato de entrevista

##### Personal vinculado

##### Sección I.

##### Datos del entrevistado

##### Nombre y Apellido

María Alida Navea Osorio

##### Función que desempeña

Analista de turismo

##### Institución a la que representa

Dirección de Turismo

Integración

##### Sección II.

##### Banco de preguntas

1. ¿Qué papel desempeñan los atractivos en Riobamba con respecto al turismo?
2. ¿Cuál es su opinión acerca de personas que tienen preferencia por medios digitales que por medios impresos?
3. ¿Cuál es su opinión acerca de incentivar el uso de un libro digital para entregar información de los atractivos turísticos de Riobamba?
4. ¿Cree usted que el libro digital antes mencionado debe tener fotografías claras que identifiquen las características visuales de los atractivos?
5. ¿Cuál es su opinión acerca de la difusión en plataformas digitales para tener mejor acceso al material?
6. Según su opinión ¿Cree usted que la falta de accesibilidad a la información es causa de pérdida de identidad y posicionamiento en los atractivos?
7. ¿Qué falencias identifica que tiene la difusión digital, para que no se haya considerado la creación de un book fotográfico que contenga fotografías claras e información primordial en la que la sociedad pueda tener acceso a la misma de manera sencilla?
8. ¿Cree usted que la implementación de este libro digital facilitaría el posicionamiento de los atractivos y el rescate cultural que Riobamba tiene?

**Elaborado por: Jhonatan Naranjo**

3. Entrevista al director Dirección de Gestión de Turismo



**Elaborado por: Jhonatan Naranjo**

4. Entrevista a analista de turismo



**Elaborado por: Jhonatan Naranjo**

## Anexo 4

### Encuestas

 UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN, HUMANAS Y TECNOLOGÍAS  
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO 

Objetivo: La presente encuesta tiene como objetivo recopilar datos relevantes en relación a la creación de un book fotográfico digital como estrategia de posicionamiento que facilite promocionar los atractivos turísticos de Riobamba. Los datos obtenidos en la presente investigación serán destinados al uso académico.

Género: Femenino  Masculino   
Edad: 25 - 35  35 - 45   
Ocupación: Estudiante  Profesional  Otro.....

Marque con una (X) las siguientes respuestas

1. ¿Conoce usted los atractivos turísticos de Riobamba?

Si  No

2. Indique cuantos atractivos turísticos de Riobamba conoce.

De 1 a 10  11 a 20  21 a 30  31 o más

3. ¿Por qué medio recibió información de los atractivos turísticos de Riobamba?

Medios digitales  Medios impresos  Recomendaciones (boca a boca)

4. ¿Cómo le gustaría a usted recibir la información de los atractivos turísticos de Riobamba?

Medios impresos  Medios digitales

5. ¿Cree usted que es importante la fotografía al momento de recibir información?

Si  No

6. ¿Qué tipo de fotografía le motiva a visitar un atractivo turístico?

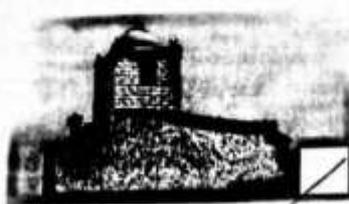
Artística  Paisajes  Periodística  Publicitaria  Documental

7. ¿Qué tipo de plano prefiere usted al momento de observar una fotografía turística?

Plano picado                      Plano contrapicado                      Plano general

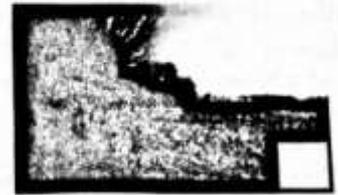
Elaborado por: Jhonatan Naranjo



Plano medio corto



Plano detalle



Primer plano



Plano general largo



Plano panorámico

8. ¿Le gustaría recibir información específica adjunta a las fotografías de los atractivos turísticos?

Si

No

9. ¿Cuánto tiempo dedica diariamente usted a la revisión de medios digitales?

30 minutos

1 hora

3 horas o más

10. ¿Cree usted que es necesario implementación de un libro fotográfico digital?

Si

No

11. Indique la importancia que tiene cada uno de estos factores al momento de obtener una fotografía turística

Factores/ Importancia	Muy importante	Importante	Poco importante	Nada importante
Nitidez	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Calidad	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Información complementaria	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Diseño innovador	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Recomendaciones	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Elaborado por: Jhonatan Naranjo

## Anexo 5

### Fichas de observación


**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN, HUMANAS Y TECNOLOGÍAS**  
**CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO**


**FICHA DE OBSERVACIÓN**

**Objetivo:** Valorar la frecuencia, uso y comportamiento de las personas que visitan los atractivos turísticos con el fin de examinar al grupo objetivo.

**Frecuencia y uso**

1. Visita al menos una persona los atractivos turísticos los fines de semana y feriados  
 Sí  No

2. Valoración de los visitantes dentro de los atractivos

	<i>Buena</i>	<i>Regular</i>	<i>Mala</i>
<i>Entrada abierta</i>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Atención al cliente</i>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Ubicación</i>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Información sobre el atractivo</i>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Infraestructuras</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Medios digitales (redes sociales, pág. web)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<i>Señalética</i>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Normas de higiene</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Mantenimiento del atractivo</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Busca de guías locales</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

**Comportamiento de los visitantes**

<i>Tomando fotos</i>	<input checked="" type="checkbox"/>
<i>Revisando el celular</i>	<input type="checkbox"/>
<i>Inquieto por el entorno</i>	<input type="checkbox"/>
<i>Interactuando con el atractivo</i>	<input checked="" type="checkbox"/>
<i>Simplemente mirando</i>	<input type="checkbox"/>
<i>Selfies</i>	<input checked="" type="checkbox"/>
<i>Observación de flora y fauna</i>	<input type="checkbox"/>
<i>Pedido de información</i>	<input type="checkbox"/>
<i>Atentos a otra actividad</i>	<input type="checkbox"/>

**Elaborado por: Jhonatan Naranjo**

## **Anexo 6**

### 5. Asenso Nevado El Altar – Laguna Azul



**Elaborado por:** Jhonatan Naranjo

### 6. Hacienda Simón Bolívar



**Elaborado por:** Jhonatan Naranjo

## Anexo 7

### 7. Propuestas de diseño previo a la maquetación



Elaborado por: Jhonatan Naranjo

### 8. Fotografía – evidencia fichas de observación



Elaborado por: Jhonatan Naranjo

## **Anexo 8**

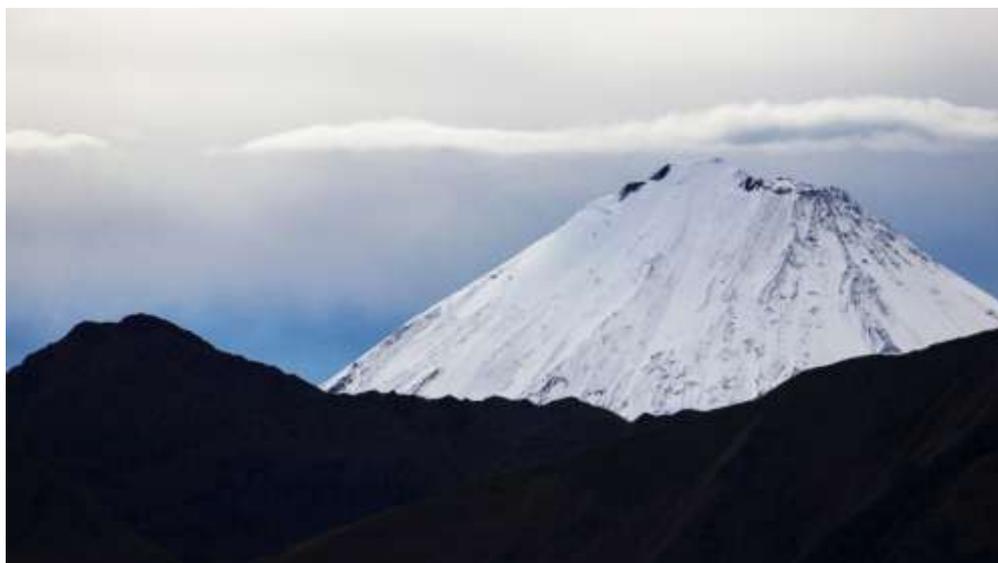
### **Fotografías editadas atractivos turísticos**

#### 9. Laguna azul - Nevado El Altar (Quimiag)



**Elaborado por:** Jhonatan Naranjo

#### 10. Mirador Nevado Sangay (Pungalá - Alao)



**Elaborado por:** Jhonatan Naranjo