

# INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SUDAMERICANO



INSTITUTO TECNOLÓGICO  
**SUDAMERICANO**  
*Hacemos gente de talento!*



**DISEÑO GRÁFICO**  
TECNOLOGÍA SUPERIOR

## **CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO EQUIVALENTE A LA TECNOLOGÍA SUPERIOR EN DISEÑO GRÁFICO**

PRODUCCIÓN FOTOGRAFICA PARA DAR A CONOCER LOS LUGARES  
TURISTICOS DE LA CIUDAD DE LOJA DURANTE EL PERÍODO ABRIL -  
SEPTIEMBRE 2022

INFORME DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE TECNÓLOGA EN LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

### **AUTOR:**

Hidalgo Ontaneda Jhulissa Alejandra

### **DIRECTOR:**

Tlgo. Edwin Fabricio Chuico Medina

### **FECHA:**

Loja, 02 de noviembre del 2022

## **Certificación**

**Tlgo.**

Edwin Fabricio Chuico Medina

**DIRECTOR DE INVESTIGACION**

**CERTIFICA:**

Que ha supervisado en el presente proyecto de investigación titulado: Producción fotográfica para dar a conocer los lugares turísticos de la ciudad de Loja durante el periodo abril-septiembre 2022; el mismo que cumple con lo establecido por el Instituto Tecnológico Sudamericano: por lo consiguiente, autorizo su presencia ante el tribunal respectivo.

**Loja, 02 de noviembre de 2022**

.....

Tlgo. Edwin Fabricio Chuico Medina

## **Autoría**

Yo Jhulissa Alejandra Hidalgo Ontaneda Estudiante del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano a continuación certifico que los criterios, opiniones, afirmaciones, análisis, interpretaciones, conclusiones, recomendaciones, y todos los demás aspectos dichos en el presente proyecto de investigación de fin de carrera son de absoluta responsabilidad de mi persona.

Loja, 02 de noviembre del 2022

---

Jhulissa Alejandra Hidalgo Ontaneda  
C.I: 1104696743

## **Dedicatoria**

A Dios, por permitirme llegar a este momento tan especial en mi vida. Por los triunfos y los momentos difíciles que me han enseñado a valorarlo cada día más.

A mi familia porque me han acompañado durante todo mi trayecto estudiantil y de vida, por haber velado por mí durante este arduo camino para convertirme en una profesional. Por saberme guiarme para culminar mi carrera profesional.

A mis amigas, que gracias al equipo que formamos logramos llegar hasta el final del camino y que, hasta el momento, seguimos siendo amigas.

A mis profesores, gracias por su tiempo, por su apoyo, así como por la sabiduría que me transmitieron en el transcurso de mi formación profesional.

## **Agradecimiento**

En primer lugar, doy infinitamente gracias a Dios, por haberme dado fuerza y valor para culminar esta etapa de mi vida.

Agradezco también la confianza y el apoyo brindado por parte de mis abuelos, que sin duda alguna en el trayecto de mi vida me ha demostrado su amor, corrigiendo mis faltas y celebrando mis triunfos.

A mi madre, que con sus consejos me ha ayudado a afrontar los retos que se me han presentado a lo largo de mi vida.

Agradezco a mis hermanas quienes con su ayuda, cariño y comprensión han sido parte fundamental de mi vida.

A mis tíos, por su apoyo incondicional en el transcurso de mi carrera, por compartir momentos de alegría, tristeza y demostrarme que siempre podré contar con ellos

Quisiera agradecer a los docentes y personal administrativo del Instituto Tecnológico Sudamericano, en especial a los docentes de la carrera de Diseño Gráfico por el apoyo y conocimientos adquiridos para formarnos profesionalmente y estar preparados para la vida profesional.

A mi tutor Edwin Chuico por toda la colaboración brindada, durante la elaboración de mi proyecto.

## **ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DE FIN DE CARRERA**

Conste por el presente documento la Cesión de los Derechos de proyecto de investigación de fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

**PRIMERA.** - Por sus propios derechos; el Tlgo. Edwin Fabricio Chuico Medina, en calidad de director del proyecto de investigación de fin de carrera; y, Jhulissa Alejandra Hidalgo Ontaneda, en calidad de autor del proyecto de investigación de fin de carrera; mayores de edad emiten la presente acta de cesión de derechos.

**SEGUNDA.** -Jhulissa Alejandra Hidalgo Ontaneda, realizó la Investigación titulada **“PRODUCCIÓN FOTOGRÁFICA PARA DAR A CONOCER LOS LUGARES TURISTICOS DE LA CIUDAD DE LOJA DURANTE EL PERÍODO ABRIL - SEPTIEMBRE 2022”** para optar por el título de Tecnólogo en Diseño Gráfico, en el Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de Loja, bajo la dirección del Tlgo. Edwin Fabricio Chuico Medina

**TERCERA.** - Es política del Instituto que los proyectos de investigación de fin de carrera se apliquen y materialicen en beneficio de la comunidad.

**CUARTA.** - Los comparecientes el Tlgo. Edwin Fabricio Chuico Medina, en calidad de Director del proyecto de investigación de fin de carrera y Jhulissa Alejandra Hidalgo Ontaneda como autor, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos de proyecto de investigación de fin de carrera titulado **“PRODUCCIÓN FOTOGRÁFICA PARA DAR A CONOCER LOS LUGARES TURISTICOS DE LA CIUDAD DE LOJA DURANTE EL PERÍODO ABRIL - SEPTIEMBRE 2022”** a favor del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de Loja; y, conceden autorización para que el Instituto pueda utilizar esta investigación en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

**QUINTA.** - Aceptación. - Las partes declaran que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derechos.

Para constancia suscriben la presente cesión de derechos, en la ciudad de Loja, en el mes de octubre,07 del año 2022

.....  
Tlgo. Edwin Fabricio Chuico Medina  
C.I. 1104864465

.....  
Jhulissa Alejandra Hidalgo Ontaneda  
C.I. 1104696743

## DECLARACIÓN JURAMENTADA

Loja, 02 de noviembre del 2022

Nombres: Jhulissa Alejandra

Apellidos: Hidalgo Ontaneda

Cédula de Identidad: 1104696743

Carrera: Diseño Gráfico

Semestre de ejecución del proceso de titulación:

Tema de proyecto de investigación de fin de carrera con fines de titulación:  
PRODUCCIÓN FOTOGRÁFICA PARA DAR A CONOCER LOS LUGARES  
TURISTICOS DE LA CIUDAD DE LOJA DURANTE EL PERÍODO ABRIL -  
SEPTIEMBRE 2022

En calidad de estudiante del Instituto Tecnológico Superior Sudamericano de la ciudad  
de Loja;

Declaro bajo juramento que:

1. Soy autor del trabajo intelectual y de investigación del proyecto de fin de carrera.
2. El trabajo de investigación de fin de carrera no ha sido plagiado ni total ni parcialmente, para la cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.
3. El trabajo de investigación de fin de carrera presentada no atenta contra derechos de terceros.
4. El trabajo de investigación de fin de carrera no ha sido publicado ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
5. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados. Las imágenes, tablas, gráficas, fotografías y demás son de mi autoría; y en el caso contrario aparecen con las correspondientes citas o fuentes.

Por lo expuesto; mediante la presente asumo frente al INSTITUTO cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido del trabajo de investigación de fin de carrera.

En consecuencia, me hago responsable frente al INSTITUTO y frente a terceros, de cualquier daño que pudiera ocasionar al INSTITUTO o a terceros, por el incumplimiento de lo declarado o que pudiera encontrar causa en el trabajo de investigación de fin de carrera presentada, asumiendo todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse de ello.

Asimismo, por la presente me comprometo a asumir además todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para EL INSTITUTO en favor de terceros por motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido del trabajo de investigación de fin de carrera.

De identificarse fraude, piratería, plagio, falsificación o que el trabajo de investigación haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente dispuesta por la LOES y sus respectivos reglamentos y del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de la ciudad de Loja.

.....

Jhulissa Alejandra Hidalgo Ontaneda

CI: 1104696743

## Índice

|   |      |
|---|------|
| Certificación .....   | I    |
| Autoría.....  | II   |
| Dedicatoria .....   | III  |
| Agradecimiento .....  | IV   |
| Acta de cesión de derechos de proyecto de investigación de fin de carrera ..... | V    |
| Declaración juramentada.....  | VI   |
| Índice.....   | VIII |
| Índice de figuras.....  | XV   |
| Índice de tablas.....   | XVII |
| 1. Resumen .....  | 1    |
| 2. Abstract .....   | 2    |
| 3. Problematicación .....   | 3    |
| 3.1. Problema .....   | 4    |
| 4. Tema.....  | 5    |
| 5. Línea de Investigación.....  | 6    |
| 5.1. Sub-Líneas o Núcleos problematizadores.....                                | 6    |
| 6. Justificación.....   | 7    |
| 7. Objetivos .....  | 8    |

|   |    |
|---|----|
| 7.1 Objetivo General .....  | 8  |
| 7.2 Objetivos específicos .....                                   | 8  |
| 8. Marco Teórico .....  | 9  |
| 8.1. Marco Institucional .....                                    | 9  |
| 8.1.1. Reseña histórica.....                                      | 9  |
| 8.1.2. Modelo educativo .....                                     | 12 |
| 8.2.Marco Conceptual .....  | 14 |
| Capítulo 1 .....  | 14 |
| 8.2.1. Turismo .....  | 14 |
| 8.2.1.1. Historia del turismo.....                                | 14 |
| 8.2.2. Turista .....  | 15 |
| 8.2.3. Atractivos turísticos Loja.....                            | 15 |
| 8.2.3.1. Puerta de la ciudad .....                                | 15 |
| 8.2.3.2. Plaza Parque Central .....                               | 15 |
| 8.2.3.3. Catedral de Loja .....                                   | 16 |
| 8.2.3.4. Calle Lourdes .....                                      | 16 |
| 8.2.3.5. Parque Jipiro .....                                      | 16 |
| 8.2.3.6. Museo de Historia y cultura Lojana (Banco Central) ..... | 16 |
| 8.2.3.7. Parque Eólico Villonaco .....                            | 17 |
| 8.2.3.8. Parque Simón Bolívar .....                               | 17 |

|   |    |
|---|----|
| 8.2.3.9. Museo de la música.....                          | 17 |
| 8.2.3.10. Plaza de la independencia (San Sebastián) ..... | 17 |
| 8.2.3.11. Iglesia San Sebastián.....                      | 17 |
| 8.2.3.12. Iglesia de Santo Domingo .....                  | 18 |
| 8.2.3.13. Iglesia San Francisco.....                      | 18 |
| Capítulo 2.....   | 19 |
| 8.2.4. Fotografía .....                                   | 19 |
| 8.2.4.1. Historia de la fotografía .....                  | 19 |
| 8.2.5. La fotografía como arte .....                      | 20 |
| 8.2.6. Tipos de Fotografía.....                           | 20 |
| 8.2.6.1. Fotografía publicitaria.....                     | 20 |
| 8.2.6.2. Fotografía de moda .....                         | 21 |
| 8.2.6.3. Fotografía documental .....                      | 21 |
| 8.2.6.4. Fotografía paisajística .....                    | 21 |
| 8.2.6.5. Fotografía científica .....                      | 21 |
| 8.2.6.6. Fotografía artística .....                       | 21 |
| 8.2.6.7. Fotografía digital.....                          | 21 |
| 8.2.7. Tipos de planos .....                              | 22 |
| 8.2.7.1. Plano general.....                               | 22 |
| 8.2.7.2. Plano general corto.....                         | 22 |

|   |    |
|---|----|
| 8.2.7.3. Plano general medio.....                 | 22 |
| 8.2.7.4. Plano entero.....                        | 22 |
| 8.2.7.5. Plano medio.....                         | 22 |
| 8.2.7.6. Plano americano .....                    | 22 |
| 8.2.7.7. Plano medio corto .....                  | 22 |
| 8.2.7.8. Primerísimo primer plano .....           | 22 |
| 8.2.8. Iluminación y color en la Fotografía ..... | 23 |
| 8.2.9. Encuadre .....                             | 23 |
| 8.2.10. Composición .....                         | 23 |
| 8.2.11. Sujeto Principal .....                    | 24 |
| 8.2.12. Fondo .....                               | 24 |
| 8.2.13. Perspectiva .....                         | 24 |
| 8.2.14. Tipos de objetivos más comunes .....      | 25 |
| 8.2.14.1. Cortos o normales .....                 | 25 |
| 8.2.14.2. Teleobjetivos .....                     | 25 |
| 8.2.14.3. Ojo de pez .....                        | 25 |
| 8.2.14.4. Macro .....                             | 25 |
| 8.2.14.5. Zoom .....                              | 25 |
| 8.2.15. Galería fotográfica .....                 | 26 |
| 9. Metodología.....                               | 27 |

|  |    |
|--|----|
| 9.1. Métodos de investigación .....    | 27 |
| 9.1.1. Métodos fenomenológicos.....    | 27 |
| 9.1.2. Método hermenéutico .....       | 27 |
| 9.1.3. Método proyectual .....         | 28 |
| 9.2. Técnicas de investigación .....   | 28 |
| 9.2.1. Entrevista .....                | 28 |
| 9.2.2. Encuesta.....                   | 29 |
| 9.2.3. Observación .....               | 29 |
| 9.3. Determinación de la muestra.....  | 30 |
| 9.3.1. Proyección de la Población..... | 30 |
| 9.3.2. Aplicación de la fórmula .....  | 30 |
| 9.4. Análisis de resultados .....      | 32 |
| 9.4.1. Entrevista .....                | 32 |
| 9.4.2. Encuestas .....                 | 34 |
| 9.4.3. Observación .....               | 44 |
| 10. Propuesta de acción.....           | 45 |
| 10.1. Introducción .....               | 45 |
| 10.1.1. Objetivos: .....               | 45 |
| 10.2. Nombre del proyecto.....         | 45 |
| 10.3. Público objetivo.....            | 45 |

|   |    |
|---|----|
| 10.4. Descripción .....                   | 46 |
| 10.5. Propuesta Gráfica .....             | 46 |
| 10.5.1. Marca.....                        | 46 |
| 10.5.2. Conceptualización .....           | 47 |
| 10.5.3. Cromática de la marca.....        | 47 |
| 10.5.4. Aplicaciones cromáticas.....      | 48 |
| 10.5.5. Uso Tipográfico .....             | 48 |
| 10.6. Fase de Producción.....             | 50 |
| 10.7. Fotografías.....                    | 51 |
| 10.7.1. Puerta de la Ciudad .....         | 51 |
| 10.7.2. Plaza parque central .....        | 51 |
| 10.7.3. Catedral de Loja .....            | 52 |
| 10.7.4. Calle Lourdes .....               | 53 |
| 10.7.5. Parque Jipiro .....               | 53 |
| 10.7.6. Museo de Historia y Cultura ..... | 54 |
| 10.7.7. Parque Villonaco.....             | 55 |
| 10.7.8. Museo de la música.....           | 55 |
| 10.7.9. Iglesia San Sebastián.....        | 56 |
| 10.7.10. Iglesia Santo Domingo.....       | 57 |
| 10.7.11. Iglesia San Francisco.....       | 57 |

|   |    |
|---|----|
| 10.8. Diseño de artes para redes sociales ..... | 58 |
| 10.8.1. Diseño de perfil para Instagram .....   | 64 |
| 11. Conclusiones .....                          | 66 |
| 12. Recomendaciones.....                        | 67 |
| 13. Bibliografía .....                          | 68 |
| 14. Anexos .....                                | 74 |

## Índice de figuras

|  |    |
|--|----|
| Figura 1 Lugares turísticos .....                      | 34 |
| Figura 2: Lugares turísticos .....                     | 36 |
| Figura 3: Lugares turísticos .....                     | 37 |
| Figura 4: Lugares turísticos .....                     | 38 |
| Figura 5: Lugares turísticos .....                     | 39 |
| Figura 6: lugares turísticos .....                     | 40 |
| Figura 7: Lugares turísticos .....                     | 42 |
| Figura 8: Lugares turísticos .....                     | 43 |
| Figura: 9 Fotografía Loja-Ecuador .....                | 44 |
| Figura: 10 Fotografía Entrevista.....                  | 32 |
| Figura: 11 Marca .....                                 | 46 |
| Figura: 12 Marca version blanco y negro.....           | 47 |
| Figura: 13 Cromática.....                              | 48 |
| Figura: 14Fotografia Puerta de la Ciudad .....         | 51 |
| Figura: 15 Fotografia Plaza Parque Central .....       | 52 |
| Figura: 16 Fotografia Catedral de Loja .....           | 52 |
| Figura: 17 Fotografia Calle Lourdes .....              | 53 |
| Figura:18 Fotografia Parque Jipiro.....                | 54 |
| Figura: 19 Fotografia Parque Jipiro.....               | 54 |
| Figura:20 Fotografia Museo De Historia Y cultura ..... | 55 |
| Figura: 21 Fotografia Parque Villonaco .....           | 56 |
| Figura: 22 Fotografia Museo de la Música.....          | 56 |
| Figura: 23 Fotografia Iglesia San Sebastián.....       | 57 |
| Figura:24 Fotografía Iglesia Santo Domingo .....       | 58 |
| Figura:25 Fotografía Iglesia San Francisco.....        | 59 |
| Figura:26 Arte para publicación para Instagram .....   | 59 |
| Figura:27 Arte para publicación para Instagram .....   | 59 |
| Figura:28 Arte para publicación para Instagram .....   | 60 |
| Figura:29 Arte para publicación para Instagram .....   | 60 |

|  |    |
|--|----|
| Figura:30 Arte para publicación para Instagram .....                                 | 61 |
| Figura:31 Arte para publicación para Instagram .....                                 | 61 |
| Figura:32 Arte para publicación para Instagram .....                                 | 62 |
| Figura:33 Arte para publicación para Instagram .....                                 | 62 |
| Figura:34 Arte para publicación para Instagram .....                                 | 63 |
| Figura:35 Arte para publicación para Instagram .....                                 | 63 |
| Figura:36 Arte para publicación para Instagram .....                                 | 64 |
| Figura:38 Evidencia fotográfica de la visita al Museo Historia y Cultura .....       | 88 |
| Figura:39 Evidencia fotográfica de la visita al Museo de la Música .....             | 88 |
| Figura:40 Evidencia fotográfica de la visita a la Iglesia Santo Domingo .....        | 89 |
| Figura:41 Evidencia fotográfica de la visita a la Catedral .....                     | 89 |
| Figura:42 Evidencia fotográfica de la visita a la Iglesia San Francisco .....        | 90 |
| Figura:43 Evidencia fotográfica de la visita a la Puerta de la Ciudad.....           | 90 |
| Figura:44 Evidencia fotográfica de la visita al Parque Jipiro.....                   | 91 |
| Figura:45 Evidencia fotográfica de la visita al parque Jipiro.....                   | 91 |
| Figura:46 Evidencia fotográfica de la visita del Parque Villonaco .....              | 92 |
| Figura:47 Evidencia fotográfica de la visita de la plaza parque central de Loja..... | 92 |
| Figura:48 Evidencia de edición de fotos .....  | 93 |
| Figura:49 Evidencia de edición de fotos .....  | 93 |
| Figura:50 Evidencia de edición de fotos .....  | 94 |

## Índice de tablas

|  |    |
|--|----|
| Tabla 1 ¿Conoce usted los lugares turísticos más representativos de la ciudad de Loja?   | 34 |
| Tabla 2¿De los siguientes lugares turísticos de la ciudad de Loja cuales ha visitado?....  | 35 |
| Tabla 3 Ha conocido usted el potencial turístico de un sector a través de una galería<br>fotográfica? .....                              | 37 |
| Tabla 4¿Conoce usted de alguna campaña publicitaria en la que se dé a conocer los lugares<br>turísticos de nuestra ciudad? .....         | 38 |
| Tabla 5¿Considera usted oportuno la promoción de los lugares turísticos de nuestra<br>ciudad, a través de una galería fotográfica? ..... | 39 |
| Tabla 6¿Cuáles son los medios considera usted funcionarian para promocionar los lugares<br>tuísticos de la ciudad de Loja? .....         | 40 |
| Tabla 7 Para la presentación de la galería fotográfica usted preferiria que se realice a<br>travevés de:.....                            | 41 |
| Tabla 8¿Cuáles de las siguientes redes sociales usa con mayor frecuencia? .....  | 42 |
| Tabla 9 Cronograma -Plan de medios.....  | 50 |
| Tabla 10 Cronograma.....   | 50 |
| Tabla 11Materiales Básicos .....   | 74 |
| Tabla 12Materiales tecnológicos .....  | 74 |
| Tabla 13Presupuesto total .....  | 75 |

## 1. Resumen

La presente investigación se enfoca en proponer una solución ante los problemas turísticos de Loja, la falta de material gráfico es una de las causas que impide que la ciudad se potencie turísticamente a nivel nacional e internacional, a pesar de ser un destino muy atractivo, no se ha impulsado correctamente. La escasa promoción que existe no ha sido muy efectiva, lo que limita la llegada de turistas.

El objetivo principal es promocionar cada lugar turístico, mediante una galería fotográfica que incremente la visita de turistas. La investigación se efectuó mediante entrevistas, encuestas y observación, las mismas que determinaron las causas que tiene el bajo turismo en Loja. Para luego destacar los lugares más relevantes a través de la fotografía y la edición digital, que son las herramientas apropiadas para acentuar la belleza y potencial de estos lugares.

Todo el proyecto concluye con una muestra fotográfica, artes publicitarios, la marca y por último la creación de Instagram para difundir las maravillas que tiene cada sitio turístico de la ciudad de Loja a través de una campaña publicitaria.

## 2. Abstract

This research is focused on proposing a solution to the tourism problems of Loja, the lack of graphic material is one of the causes that prevent the city from promoting tourism nationally and internationally, although it is a very attractive destination, it has not been properly promoted. The scarce promotion has not been very effective, which limits the arrival of tourists.

The main objective is to promote each tourist site through a photo gallery that increases the visit of tourists. The research was carried out through interviews, surveys, and observation, which determined the causes of low tourism in Loja. Then emphasize the most relevant places through photography and digital editing, which are the appropriate tools to highlight the beauty and potential of these places.

The whole project concludes with a photographic exhibition, advertising arts, branding, and finally the creation of Instagram to spread the wonders that each tourist site of the city of Loja has through an advertising campaign.

### 3. Problematización

El turismo es uno de los recursos más importante que tiene cada país convirtiéndose en una de las fuentes de ingreso económico para una ciudad, es por ello que España es distinguido como líder mundial en competitividad turística, seguido por Francia y Alemania.

“España es el segundo país más visitado en el mundo y ha desarrollado una economía enfocada en el turismo, en la que en torno a la mitad de los gastos internos del sector proceden de los visitantes internacionales”, destaca el informe del FEM. (WalkerBrand, 2019) (Ekos, 2019)

Ecuador es un país megadiverso donde pueden encontrar lugares turísticos impresionantes, la mayor diversidad de especies en fauna y flora lo convierten en un país paisaje exótico. Cuenta con áreas protegidas para la conservación de la diversidad biológica.

Es un territorio que posee una riqueza histórica y cultural, hermosos paisajes encantadores playas, mágicas cascadas, imponentes volcanes, nevados paramos, exóticas selvas, con gente amable, y posee una cultura gastronómica extraordinaria. Realmente un destino que será inolvidable.

El turismo de Ecuador cuenta con actividades respecto a deportes de aventura, también turismo gastronómico, fiestas religiosas fiestas populares. Cultura y arte y turismo en las comunidades.

Loja, ubicada en el sur de Ecuador, también conocida como la ciudad castellana, cautiva a los visitantes con sus raíces coloniales españolas y tradiciones católicas. cuenta con muchos edificios históricos bien conservados y tiene un rico patrimonio cultural. (Loja-ciudad-castellana, 2011/07/15/)

A pesar de sus diversos atractivos culturales y naturales, Loja es una de las importantes ciudades turísticas del país siendo un destino turístico débil. Esta fuera de las

principales preferencias de los turistas nacionales, eclipsadas por otros destinos nacionales, especialmente las principales ciudades del país esta Quito, Guayaquil y Cuenca.

El turismo fotográfico, aunque en bajas proporciones, es una realidad hoy en día en el Ecuador y sobre todo para la ciudad de Loja ya que este producto ofrece la oportunidad de retratar las experiencias durante el viaje, la intención también es unirse a las promociones turísticas que realizan diferentes municipios y prefecturas de la localidad.

Es por ello que surge con idea de la implementación de una producción fotográfica, que incluya la visita a los principales atractivos, y permita descubrir el territorio desde otro punto de vista: la fotografía, logrando así satisfacer la naciente necesidad de los viajeros de vivir experiencias nuevas vinculadas a la realización de actividades turísticas en varios ambientes.

### **3.1. Problema**

La falta de recursos gráficos ha provocado bajo interés en los turistas y el poco conocimiento de los atractivos turísticos de la ciudad de Loja, en el periodo abril-septiembre 2022

#### **4. Tema**

Producción fotográfica para dar a conocer los atractivos turísticos de la ciudad de Loja. En el periodo abril- septiembre- 2022

## **5. Línea de Investigación**

Biodiversidad, patrimonio cultural, natural y gastronómico

### **5.1. Sub-Líneas o Núcleos problematizadores**

- Turismo comunitario.
- Patrimonio cultural.

## 6. Justificación

La presente investigación se justifica a nivel académico como uno de los requerimientos para adquirir el título de tecnóloga en la carrera de Diseño Gráfico en el Instituto Tecnológico Superior Sudamericano de la provincia de Loja. La presente investigación se originó debido a la falta de material gráfico para la promoción de atractivos turísticos de la ciudad de Loja, por el motivo se utilizará ideas creativas que ayuden al incremento del turismo de este sector, enfocándonos en los conocimientos adquiridos durante la formación académica.

En lo profesional dentro de la carrera de diseño gráfico existen varias asignaturas como fotografía, editorial, manejo de programas como ilustrador y Photoshop entre otros. razón por la cual el proyecto de tesis está vinculado con estas materias permitiendo poner en práctica todo lo aprendido durante el transcurso de mi formación académica. Este proyecto pretende recopilar información sobre cada lugar turístico de Loja.

En el ámbito económico y por medio de este proyecto de investigación tiene como fin conseguir información acerca del turismo de la ciudad de Loja, a través de la utilización de la fotografía con el motivo de poder promover el turismo, la historia que contiene cada espacio de la ciudad, con este trabajo pretende realzar y difundir la belleza que posee esta localidad contribuyendo así al crecimiento turístico de este sector.

A nivel personal este tema de investigación me permite poner todos los conocimientos aprendidos y así con la elaboración del mismo ganar la experiencia necesaria para estar lista en la vida profesional y los grandes desafíos que me esperan más adelante, estando consciente del compromiso puesto que todo el trabajo se evidenciará mediante la fotografía. Es por esto mediante este proyecto nace la idea de la producción fotográfica en la ciudad de Loja, en la que se muestren los principales atractivos turísticos, sus mejores paisajes, lugares llenos de historia cultura y naturaleza, para que los turistas que visiten la localidad satisfagan sus necesidades como viajeros de vivir experiencias nuevas vinculadas a la realización de actividades turísticas en varios ambientes.

## **7. Objetivos**

### **7.1 Objetivo General**

Crear producción fotográfica a través del uso de herramientas digitales para dar a conocer los atractivos turísticos de la ciudad de Loja.

### **7.2 Objetivos específicos**

- Determinar cuáles son los lugares turísticos más atractivos de Loja a través de técnicas de investigación como entrevistas, encuestas y observación.
- Investigar sobre producción fotográfica utilizando búsquedas bibliográficas de sitios web o libros para poder sustentar el presente proyecto.
- Crear una producción fotográfica mediante técnicas de diseño y edición digital para dar a conocer los sitios turísticos de la ciudad de Loja
- Presentar el proyecto mediante una galería fotográfica y a través de redes sociales para promover los lugares turísticos de la ciudad y mostrar los resultados de la investigación.

## 8. Marco Teórico

### 8.1. Marco Institucional

#### INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR SUDAMERICANO



#### 8.1.1. RESEÑA HISTÓRICA

El Señor Manuel Alfonso Manitio Conumba crea el Instituto Técnico Superior Particular Sudamericano para la formación de TÉCNICOS, por lo que se hace el trámite respectivo en el Ministerio de Educación y Cultura, el cual con fecha 4 de junio de 1996 autoriza, con resolución Nro. 2403, la CREACIÓN y el FUNCIONAMIENTO de este Instituto Superior, con las especialidades del ciclo post bachillerato de: Contabilidad Bancaria, Administración de Empresas y Análisis de Sistemas.

Posteriormente, con resolución Nro. 4624 del 28 de noviembre de 1997, el Ministerio de Educación y Cultura autoriza el funcionamiento del ciclo post bachillerato, en las especialidades de: Secretariado Ejecutivo Trilingüe y Administración Bancaria. Con resolución Nro. 971 del 21 de septiembre de 1999, resuelve el Ministerio de Educación y Cultura elevar a la categoría de INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR PARTICULAR SUDAMERICANO, con las especialidades de: Administración

Empresarial, Secretariado Ejecutivo Trilingüe, Finanzas y Banca, y Sistemas de Automatización.

Con oficio circular nro. 002-DNPE-A del 3 de junio de 2000, la Dirección Provincial de Educación de Loja hace conocer la nueva Ley de Educación Superior, publicada en el Registro Oficial Nro. 77 del mes de junio de 2000, en el cual dispone que los Institutos Superiores Técnicos y Tecnológicos, que dependen del Ministerio de Educación y Cultura, forman parte directamente del “Sistema Nacional de Educación Superior” conforme lo determina en los artículos 23 y 24. Por lo tanto, en el mes de noviembre de 2000, el Instituto Tecnológico Sudamericano de la ciudad de Loja pasa a formar parte del Consejo Nacional De Educación Superior CONESUP, con registro institucional Nro. 11-009 del 29 de noviembre de 2000.

A medida que avanza la demanda educativa el Instituto propone nuevas tecnologías, es así que de acuerdo con el Nro. 160 del 17 de noviembre de 2003, la Dirección Ejecutiva del CONESUP otorga licencia de funcionamiento en la carrera de: Diseño Gráfico y Publicidad, para que conceda títulos de técnico superior.

Con acuerdo ministerial Nro. 351 del 23 de noviembre de 2006, el CONESUP acuerda otorgar licencia de funcionamiento para las tecnologías en las carreras de: Gastronomía, Gestión Ambiental Electrónica y Administración Turística.

En circunstancias de que en el año 2008 asume la dirección de la academia en el país el CES (Consejo de Educación Superior), la SENESCYT (Secretaría Nacional de Educación Superior Ciencia y Tecnología) y el CEAACES (Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior), el Tecnológico Sudamericano se une al planteamiento de la transformación de la educación superior tecnológica con miras a contribuir con los objetivos y metas planteadas en el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, para el consecuente cambio de la matriz productiva que nos conduzca a ser un país con un modelo de gestión y de emprendimiento ejemplo de la región.

Esta transformación inicia su trabajo en el registro de carreras, metas que luego de grandes jornadas y del esfuerzo de todos los miembros de la familia sudamericana se consigue mediante Resolución RPC-SO-11-Nro.110-2014 con fecha 26 de marzo del 2015. Con dicha resolución, las ocho carreras que en aquel entonces ofertaba el Tecnológico Sudamericano demuestran pertinencia para la proyección laboral de sus futuros profesionales.

En el año 2014 el CEAACES ejecuta los procesos de evaluación con fines de acreditación a los institutos tecnológicos públicos y particulares del Ecuador; para el Tecnológico Sudamericano, este ha sido uno de los momentos más importantes de su vida institucional en el cual debió rendir cuentas de su gestión. De esto resulta que la institución acredita con una calificación del 91% de eficiencia según resolución del CES y CEAACES, logrando estar entre las instituciones mejor puntuadas del Ecuador.

Actualmente, ya para el año 2022 el Tecnológico Sudamericano ha dado grandes pasos, considerando inclusive el esfuerzo redoblado ejecutado durante cerca de dos años de pandemia sanitaria mundial generada por la Covid 19; los progresos se concluyen en:

- 10 carreras de modalidad presencial
- 7 carreras de modalidad online
- 2 carreras de modalidad semipresencial
- 1 centro de idiomas CIS, este último proyectado a la enseñanza – aprendizaje de varios idiomas partiendo por el inglés. Actualmente Cambridge es la entidad externa que avala la calidad académica del centro.
- Proyecto presentado ante el CES para la transformación a Instituto Superior Universitario
- Proyecto integral para la construcción del campus educativo en Loja – Sector Moraspamba.
- Proyecto de creación de la Sede del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano en la ciudad de Machala

Progreso hacia la transformación integral digital en todos los procesos académicos, financieros y de procesos.

Los estudiantes provienen especialmente del cantón Loja así como de la provincia; sin embargo, hay una importante población estudiantil que proviene de otras provincias como El Oro, Zamora Chinchipe, Azuay e incluso de la Región Insular Galápagos.

La formación de seres humanos y profesionales enfocados a laborar en el sector público como privado en la generación de ideas y solución de conflictos es una valiosa premisa, empero, el mayor de los retos es motivar a los profesionales de tercer nivel superior tecnológico para que pasen a ser parte del grupo de emprendedores; entendiéndose que esta actividad dinamiza en todo orden al sistema productivo, económico, laboral y por ende social de una ciudad o país.

La misión, visión y valores constituyen su carta de presentación y su plan estratégico su brújula para caminar hacia un futuro prometedor en el cual los principios de calidad y pertinencia tengan su asidero.

### **8.1.2. *MODELO EDUCATIVO***

A través del modelo curricular, el modelo pedagógico y el modelo didáctico se fundamenta la formación tecnológica, profesional y humana que es responsabilidad y objetivo principal de la institución; cada uno de los modelos enfatiza en los objetivos y perfiles de salida estipulados para cada carrera, puesto que el fin mismo de la educación tecnológica que brinda el Instituto Sudamericano es el de generar producción de mano de obra calificada que permita el crecimiento laboral y económico de la región sur del país de forma prioritaria.



El modelo en conjunto está sustentado en la Teoría del Constructivismo; el constructivismo percibe el aprendizaje como actividad personal enmarcada en contextos funcionales, significativos y auténticos. Todas estas ideas han sido tomadas de matices diferentes, se pueden destacar dos de los autores más importantes que han aportado más al constructivismo: Jean Piaget con el Constructivismo Psicológico y Lev Vygotsky con el Constructivismo Social.

El modelo curricular basado en competencias pretende enfocar los problemas que abordarán los profesionales como eje para el diseño. Se caracteriza por: utilizar recursos que simulan la vida real, ofrecer una gran variedad de recursos para que los estudiantes analicen y resuelvan problemas, enfatizar el trabajo cooperativo apoyado por un tutor y abordar de manera integral un problema cada vez.

Ing. Ana Marcela Cordero, Mgs.

**RECTORA ISTS**

## 8.2. Marco Conceptual

### Capítulo 1

#### 8.2.1. *Turismo*

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico (Organización Mundial Del Turismo)

##### 8.2.21.1. Historia del turismo

El turismo ha evolucionado a lo largo de la historia del hombre, de allí que se ha diversificado las razones por las cuales se realiza el turismo, así como los medios y sistemas de los cuales el turismo se ha valido para su realización. Al igual que la industria y el comercio, el turismo ha impulsado y a su vez ha sido impulsado, por el desarrollo de medios de transporte y vías de comunicación (Morillo Moreno M. C., Turismo y producto turístico, 2011)

Considerando la amplitud y flexibilidad del turismo, Gurría (2004) afirma que el mismo es tan antiguo como el hombre y equipara los movimientos migratorios de la cultura nómada con la idea del hombre viajero o móvil, dada por la presencia continua de visitantes y de localidades receptoras. El hombre primitivo se desplazaba constantemente por cambios climáticos en busca de alimentos y vestido; luego al domesticar animales y sembrar la tierra, se desplazaba por necesidades de pastoreo y de intercambio de excedentes (Morillo Moreno M. C., Turismo y producto turístico, 2011)

### **8.2.2. Turista**

Un *turista* es un *visitante*, con la condición que debe trasnochar en el destino, esto es, que se quede por al menos 24 horas, pero como ya se mencionó antes, no más de 1 año; los motivos pueden ser personales, profesionales o de negocios. (Entorno Turístico, 2022)

### **8.2.3. Atractivos turísticos Loja**

“Los destinos son combinaciones de productos turísticos, que ofrecen una experiencia integrada a los turistas. Tradicionalmente, los destinos se consideraban como una zona bien definida geográficamente, como un país, una isla o una ciudad. Sin embargo, cada vez más se reconoce que un destino puede ser un concepto percibido, es decir, que puede interpretarse subjetivamente por los consumidores, en función de su itinerario de viaje, formación cultural, motivo de visita, nivel de educación, y experiencia previa (Bigné, Marketing de Destinos Turísticos. Análisis y Estrategias de Desarrollo. ESIC, 2000)

#### **8.2.3.1. Puerta de la ciudad**

Ubicada en Av. Gran Colombia. Se encuentra iluminada con lámparas tipo colonial. El turista puede visitar cuatro exposiciones temporales. Su puerta es la de un llamativo castillo, por la que los vehículos que ingresan a la ciudad y atraviesan el Río Malacatos. Sus edificaciones se mantienen intactas gracias a estrictas políticas de conservación que se han instaurado. (Natalia Crudele, 2018)

#### **8.2.3.2. Plaza Parque Central**

En la parte central se levanta su monumento en honor al benefactor del colegio que lleva su nombre Bernardo Valdivieso. Le rodean: La Iglesia Catedral, el edificio del Consejo Provincial, la casa Episcopal, el palacio Municipal, la casa de la Gobernación y el Banco Central. (Natalia Crudele, 2018)

### **8.2.3.3. Catedral de Loja**

Ubicada en el centro de la ciudad de Loja, frente a la plaza principal. Considerada como una de las más grandes iglesias del país. Cuenta con un singular estilo arquitectónico, su baldaquino y coros tallados en madera, es de estilo ecléctico, con elementos historicistas y neoclásicos. (Natalia Crudele, 2018)

### **8.2.3.4. Calle Lourdes**

Constituye un atractivo lugar turístico, formada por un conjunto de casas de la época colonial. Se encuentra cerca de la Plaza San Sebastián. Esta calle es famosa por su alta concurrencia en las noches, y su principal actividad son las ventas de artesanías. (Natalia Crudele, 2018)

### **8.2.3.5. Parque Jipiro**

En el idioma Palta, Jipiro significa descanso. Cuenta con más de 10 hectáreas, se puede observar como la creatividad humana aprovecha la flora, fauna y la arquitectura para recrear diversas civilizaciones y ofrecer un acogedor parque náutico. Uno de los puntos principales son los nueve Troncos etno-culturales representados con réplicas de las más destacadas expresiones arquitectónicas y las facetas etno - culturales de la humanidad. (Natalia Crudele, 2018)

### **8.2.3.6. Museo de Historia y cultura Lojana (Banco Central)**

La casa patrimonial donde se encuentra el Museo de la Cultura Lojana fue construida en 1730, según el historiador Eduardo Espinoza Sigcho. En 1893, Don José Antonio Eguiguren la heredó a su hija Virginia Eguiguren Lequerica. Años después, en 1984, el Banco Central del Ecuador compró el inmueble a la fundación “Daniel Álvarez Burneo” y luego de algunas adecuaciones, en 1986, lo convirtió en museo. Actualmente, el Museo de Loja es parte de la red de 16 museos que lidera del Ministerio de Cultura y Patrimonio desde que el Banco Central del Ecuador hiciera el traspaso definitivo de sus bienes culturales en 2015. (Ministerio de Cultura y Patrimonio)

### **8.2.3.7. Parque Eólico Villonaco**

La Central Eólica Villonaco, obra construida por el Ministerio de Electricidad y Energía Renovable (MEER) a través de la Corporación Eléctrica del Ecuador (CELEC EP) Unidad de Negocio GENSUR, recibirá un reconocimiento por parte la Embajada de la República Popular de China conjuntamente con la compañía Goldwind, por ser el parque eólico con el factor de planta más alto del mundo, es decir por superar su potencial de generación. (GENSUR., Ministerio de Energía y Recursos Naturales No Renovables, 2019)

### **8.2.3.8. Parque Simón Bolívar**

Fue construido como homenaje al Tratado Binacional de Paz de Itamaraty, firmado el 26 de octubre de 1999, en Palacio de Itamaraty en Brasil, marcando el fin de la Guerra del Cenepa entre el Ecuador y Perú. (Loja City, 2022)

### **8.2.3.9. Museo de la música**

Inaugurado el 7 de septiembre de 2004. Se refleja la historia de la cuna de la música, artes, y música. Relata la vida de los más ilustres músicos a través de sus obras, instrumentos y pertenencias. En síntesis, el Museo de la Música fortalece el potencial cultural de Loja. (Natalia Crudele, 2018)

### **8.2.3.10. Plaza de la independencia (San Sebastián)**

Ubicada en el centro de la ciudad de Loja, donde se levanta una torre de 32 metros de altura, en cuya cumbre se encuentra un reloj con cuatro esferas, y en su esfera encontramos cuatro relieves, que indican los hechos más sobresalientes de la historia de Loja. La plaza está adornada por construcciones de estilo colonial, con amplios portales, y balcones de madera tallada. (Natalia Crudele, 2018)

### **8.2.3.11. Iglesia San Sebastián**

Los lojanos declararon a San Sebastián como Patrono de su ciudad, buscando su protección luego del terremoto de 1660. Fue entonces cuando construyeron su primer

templo, que hoy incluye una capilla al Divino Niño y la imagen del Santo. (Héroes del Turismo , 2022)

#### **8.2.3.12. Iglesia de Santo Domingo**

La iglesia de Santo Domingo está ubicada en el centro de la ciudad de Loja, fundada en el año de 1548. En su interior, se encuentra la Cripta de la Virgen del Rosario. Sus paredes encierran un estilo barroco y neoclásico, que atraen a sus visitantes religiosos. (Natalia Crudele, 2018)

#### **8.2.3.13. Iglesia San Francisco**

Una plaza pequeña con una Iglesia y Convento franciscanos, en la cual se destaca la presencia del monumento ecuestre al Capitán Alonso De Mercadillo, fundador de la ciudad de Loja. (Héroes del Turismo , 2022)

## Capítulo 2

### Figura 1

*Fotografía turística de Loja*



*Nota: Fotografía tomada del internet.*

#### **8.2.4. Fotografía**

Gracias a la fotografía, la humanidad ha adquirido el poder de percibir su ambiente y su existencia con nuevos ojos. El fotógrafo verdadero tiene una gran responsabilidad social. la fotografía se descubre como un medio novedoso de representación de la realidad, en el que se produce una unión estrecha -inseparable- entre la técnica y el arte. Un enorme avance “para el progreso de las ciencias y de las artes”. (Fotografía y Arte: Encuentros y Desencuentros, 2012)

##### **8.2.4.1. Historia de la fotografía**

La cámara fotográfica de aquellos días es producto de la evolución, en el transcurso de los siglos, de la primitiva cámara oscura que se convierte en una pequeña caja manejable con un lente óptico en el orificio para lograr una imagen más clara y definida. (Historia de la Fotografía, 2007)

A los procesos mecánicos se agregaron otros químicos y la evolución histórica en el uso de las sales de plata como sustancia fotosensible también condicionó el tipo de imagen obtenida. La cámara oscura original era una habitación cuya única fuente de luz

ingresaba por un minúsculo orificio en una de las paredes. La luz que penetraba proyectaba una imagen del exterior en la pared opuesta. Aunque la imagen así formada resultaba invertida y borrosa, los artistas utilizaron esta técnica, mucho antes de que se inventase la película, para esbozar escenas proyectadas por la cámara. (Historia de la Fotografía, 2007)

El principio de las cámaras oscuras era bien conocido por Aristóteles -384-322 a.C.- y por el óptico árabe del siglo XI Alhazán -965 –1038 a. C.-.

Estas cámaras se utilizaban para la observación de eclipses solares. Roger Bacon la estudió en 1267 y fue acusado de evocar a los muertos por el tribunal eclesiástico. (Historia de la Fotografía, 2007)

Durante el siglo XVII, la cámara que hasta ese momento era una habitación se transforma en un instrumento portátil, una caja, casi de seguro de madera. Johann Zahn transformo esa caja en un instrumento parecido a lo usado en los principios de la fotografía. (Historia de la Fotografía, 2007)

#### **8.2.5. *La fotografía como arte***

La fotografía constituye en la actualidad uno de los principales medios de expresión artística, al tiempo que tiene un papel fundamental en la configuración del universo cognitivo y emocional individual y en la conformación de la memoria colectiva de la humanidad. La convivencia en la fotografía de fundamentos tan diversos como el arte, la ciencia, la memoria y la experiencia humana, ha llevado a muchos pensadores e historiadores a reflexionar en torno a su complejidad y riqueza. (Ministerio de Cultura Plaza del Rey, 2009)

#### **8.2.6. *Tipos de Fotografía***

De acuerdo a sus pretensiones y la naturaleza del objeto fotografiado, podemos hablar de:

**8.2.6.1. Fotografía publicitaria.** - El vínculo entre publicidad y fotografía es inherente a su esencia: si el objetivo de la primera es seducir y vender, la fotografía se

transformó en la herramienta por excelencia (El potencial educativo de la fotografía , 2015)

**8.2.6.2. Fotografía de moda.** satisface los deseos de arte y ostentación del diseño de moda; complementa y perfecciona, incluso, el contenido fascinador de cada creación aportando paralelamente elementos estéticos de recreación connotativa y de referencia visual.

**8.2.6.3. Fotografía documental.** La fotografía documental es en sí testimonial. Nace de la práctica de observar fotográficamente el mundo. A veces se entremezcla con la de prensa, pero describe fenómenos culturales de manera más profunda, que van más allá de la noticia (El potencial educativo de la fotografía , 2015)

**8.2.6.4. Fotografía paisajística.** Aquella que se toma para exhibir la naturaleza en su plenitud, como las tomas aéreas o submarinas, usualmente muy abiertas y llenas de color.

**8.2.6.5. Fotografía científica.** Comprende aquellas fotografías de carácter eminentemente técnico, imágenes que poseen alguna característica que sirva para recopilar u obtener algún tipo de información y que han sido captadas por científicos con fines de investigación. (El potencial educativo de la fotografía , 2015)

**8.2.6.6. Fotografía artística.** La que persigue fines estéticos: retratos, montajes, composiciones, etc. (Enciclopedia Concepto, 2013-2022)

**8.2.6.7. Fotografía digital.** Es un proceso de captura de imágenes fijas a través de una cámara oscura, similar a la fotografía analógica. Las cámaras digitales capturan la luz mediante un sensor electrónico compuesto por unidades fotosensibles; a diferencia de las cámaras analógicas, que utilizan películas fotosensibles y químicos de revelado. (*Veigler Business School, 2022*)

### **8.2.7. Tipos de planos**

El plano se refiere a la proporción del motivo retratado en relación con el encuadre y depende de la distancia focal y del enfoque.

**8.2.7.1. Plano general:** usualmente para mostrar grandes escenarios, como paisajes o multitudes, debido a que proporciona un mayor ángulo de visión. (El potencial educativo de la fotografía , 2015)

**8.2.7.2. Plano general corto:** se sigue utilizando un ángulo de visión amplio, pero se centra en un sujeto específico, restando importancia al entorno. (El potencial educativo de la fotografía , 2015)

**8.2.7.3. Plano general medio:** se reduce aún más el campo de visión; cuando el sujeto principal son personas, capta sus figuras completas. (El potencial educativo de la fotografía , 2015)

**8.2.7.4. Plano entero:** el sujeto principal aparece completo en el encuadre, ajustado a los bordes. (El potencial educativo de la fotografía , 2015)

**8.2.7.5. Plano medio:** el encuadre recorta al sujeto a la altura de la cintura. (El potencial educativo de la fotografía , 2015)

**8.2.7.6. Plano americano:** se caracteriza por recortar al personaje entre la rodilla y la cintura. Tiene su origen en las películas de vaqueros de Estados Unidos, en las que el corte se hacía a la altura de los revólveres para que estos se vieran. (El potencial educativo de la fotografía , 2015)

**8.2.7.7. Plano medio corto:** recoge el cuerpo desde la cabeza hasta la mitad del pecho. – Primer plano: se concentra en el rostro y disminuye el conjunto de la escena, eliminando la importancia del fondo. (El potencial educativo de la fotografía , 2015)

**8.2.7.8. Primerísimo primer plano:** el rostro u objeto retratado ocupa todo el cuadro y permite reparar en detalles que, de lo contrario, pasan desapercibidos. (El potencial educativo de la fotografía , 2015)

### **8.2.8. Iluminación y color en la Fotografía**

La luz y el color están interrelacionados y mediante su manejo se pueden acentuar o atenuar ciertos rasgos expresivos. El(la) fotógrafo(a) puede intentar captarlos de la manera más real posible o modificarlos mediante técnicas de exposición fotográfica o maquetación de la escena. No podemos olvidar que la fotografía, a pesar de registrar de manera bastante fiel la realidad, puede captarla de muchas otras formas, de las que las fotos en blanco y negro son un ejemplo clarificador. La iluminación puede ser natural (el sol) o artificial (flash, ampolletas, velas) y puede provenir de distintos ángulos. La iluminación frontal (cuando la fuente de luz está en o detrás de la cámara) es útil para fijar detalles y para fotografiar grupos numerosos. La iluminación lateral produce sombras que pueden producir efectos dramáticos y misteriosos. La iluminación posterior o contraluz (la fuente de luz está detrás del objeto a fotografiar) es útil para mostrar los detalles de temas translúcidos, como las flores, o para delinear siluetas del objeto fotografiado, que puede quedar en penumbra. La iluminación cenital (cuando la luz está sobre el sujeto) se suele utilizar para planos generales y aporta dramatismo a la escena. (El potencial educativo de la fotografía , 2015)

### **8.2.9. Encuadre**

Es el espacio de captura de una imagen que se fija mediante el objetivo de una cámara. Por medio del encuadre decidimos qué objetos van a aparecer y cuáles desecharemos de la toma. Así, intentamos orientar la atención del espectador hacia un punto u otro, o generar sensaciones puntuales. El encuadre puede ser horizontal (foto apaisada) o vertical (foto alargada), según la forma en que se coloque la cámara. (El potencial educativo de la fotografía , 2015)

### **8.2.10. Composición**

Es la forma en que el(la) fotógrafo(a) dispone los objetos y sujetos dentro de un encuadre. Esta operación implica elegir, distribuir y organizar cada elemento que situemos dentro del espacio visual de la fotografía para poder comunicar de la mejor manera posible de lo que queremos capturar. Para componer una fotografía es necesario, en primer lugar,

tener en cuenta la dimensión espacio-temporal de la realidad que involucra este acto. Fotografiar es fragmentar la realidad; no es posible registrar todo lo que vemos y, a medida que el tiempo transcurre, las circunstancias cambian, por lo que, según el instante que escogemos, podemos captar la realidad de distinta forma. (El potencial educativo de la fotografía , 2015)

### **8.2.11. Sujeto Principal**

Es el objeto, animal, persona, grupo o situación central que llegaría a interesar en fotografiar. Ocupa una posición estratégica dentro de la composición y el encuadre, y en torno a él se ordenan los demás elementos. Puede, por ejemplo, llenar el encuadre completo o por el contrario representar solo un pequeño porcentaje de la superficie del encuadre, pero en ambos casos es el protagonista de la foto. Al momento de acercarse o alejarse del sujeto principal varía nuestro punto de vista y podemos incluir o excluir de la imagen otros elementos. (El potencial educativo de la fotografía , 2015)

### **8.2.12. Fondo**

Es el espacio visual que está detrás o que acompaña al sujeto principal fotografiado. Está íntimamente relacionado con la profundidad de campo que generará distintos planos dentro de la imagen. El sujeto fotografiado puede ser realzado o disminuido por el fondo, por lo que la elección de un fondo adecuado puede fortalecer o debilitar una imagen (El potencial educativo de la fotografía , 2015)

### **8.2.13. Perspectiva**

La sensación de perspectiva y profundidad en una fotografía (que solo es bidimensional) está condicionada especialmente por el ángulo de visión de la escena y la posición de la cámara, condiciones que en conjunto generarán distintos puntos de vista respecto a la escena a capturar. El ángulo más común es el normal, en el que la escena se captura con la cámara paralela al suelo. Al ángulo que mira desde arriba lo que se va a fotografiar se le llama picado y minimiza al sujeto principal. Por el contrario, los ángulos en contrapicado, con la cámara mirando desde abajo en dirección a lo que se va a fotografiar, lo magnifican. (El potencial educativo de la fotografía , 2015)

#### 8.2.14. Tipos de objetivos más comunes

A menor distancia focal = mayor ángulo de visión = mayor profundidad de campo.  
Los objetivos más comunes son:

**8.2.14.1. Cortos o normales:** pueden abarcar desde los 50 mm a los 55 mm y producen un efecto de visión similar al del ojo, con un ángulo de visión entre 25° y 50°, lo que produce perspectiva sin distorsión. • **Grandes angulares:** abarcan una distancia focal corta, de menos de 50 mm, y poseen, por tanto, un ángulo de visión amplio (entre los 60° y 100°). Por esto, son utilizados para fotos de gran campo. (El potencial educativo de la fotografía , 2015)

**8.2.14.2. Teleobjetivos:** su distancia focal es larga, sobre los 135 mm, abarcando un campo de visión aproximado de 15° a 10°. Esto permite acercar el objeto fotografiado y por tanto capturar objetos desde cerca a larga distancia. Reducen la profundidad de campo produciendo áreas amplias de desenfoque. (El potencial educativo de la fotografía , 2015)

**8.2.14.3. Ojo de pez:** su distancia focal, de entre 8 mm a 15 mm, permite que posean un ángulo de visión incluso mayor a los 180°, superando el ángulo de visión del ojo humano (rango de 80° a -140°), por lo que producen una distorsión que se aprecia en un efecto óptico de curvatura en la imagen (El potencial educativo de la fotografía , 2015)

**8.2.14.4. Macro:** se realiza para hacer macrofotografía, es decir, para tomar fotografías de calidad a objetos a muy corta distancia. (El potencial educativo de la fotografía , 2015)

**8.2.14.5. Zoom:** es uno de los objetivos más utilizados ya que tiene un espectro variable amplio de rango focal. Antiguamente, un fotógrafo tenía tres tipos de objetivos; hoy es común reemplazarlos por un zoom que puede abarcar, por ejemplo, desde un gran angular a un teleobjetivo. Se debe tener en cuenta, sin embargo, que mientras mayor sea el rango que abarca, menor será la calidad. (El potencial educativo de la fotografía , 2015)

### ***8.2.15. Galería fotográfica***

En este ámbito, el termino tiene dos sentidos por un lado el de lugar en el cual se expone un conjunto de fotografías, es decir, una galería de arte especializada en fotografía, y por otro, el conjunto de obras fotográficas exhibidas en dicho lugar. (Martes Neológico fotogalería f, 2022)

## **9. Metodología**

### **9.1. Métodos de investigación**

Dentro de los métodos para el procedimiento que se empleara en el desarrollo de esta investigación son: método fenomenológico, hermenéutico y practico proyectual.

#### **9.1.1. Métodos fenomenológicos**

El método fenomenológico es aquel que llega a permitir explorar diferentes situaciones de la vida y del mundo, entendiendo lo que se hace desde el punto de vista subjetivo, es decir, a partir de los sentidos y de lo que se hace para poder percibir con la conciencia. (Lifeder, 2021)

Para realizar la primera parte del proyecto se utiliza el Método Fenomenológico que inicia con la aproximación a investigar los problemas que ocasiona el bajo nivel turístico fotográfico en la ciudad de Loja, Continúa con las entrevistas, encuestas y observación, concluye con la recopilación de información de la situación actual.

#### **9.1.2. Método hermenéutico**

“El método hermenéutico corresponde a una técnica de interpretación de textos, escritos u obras artísticas de distintos ámbitos. Su propósito principal es servir de ayuda en el área comprensiva de un texto”. (Lifeder, 2021)

Para realizar la segunda parte del proyecto se usó el método Hermenéutico que inicia con la comprensión de los principales atractivos lugares turísticos de la ciudad de Loja, continua con la relación de información encontrada en documentación bibliográfica, concluye con la redacción y selección de información sobre cada atractivo turístico de la ciudad de Loja como sustento del proyecto de investigación.

### **9.1.3. Método proyectual**

“El método proyectual consiste en una serie de operaciones necesarias dispuestas en un orden lógico, y su finalidad es conseguir un máximo resultado con un mínimo esfuerzo”

La serie de operaciones del método proyectual obedece a valores objetivos que se convierten en instrumentos operativos. El método proyectual no es algo absoluto y definitivo, es modificable. valores objetivos: son valores reconocidos por todos, como, por ejemplo, decir que mezclar amarillo con azul da como resultado verde.

(Munari, Taller Preliminar , 2013)

Para la tercera parte del proyecto se aplicó método Practico-Proyectual inicia con la creación de producción fotográfica aplicando en software edición digital para dar a conocer los atractivos turísticos de la ciudad de Loja, y terminara con la defensa ante el tribunal de grado y autoridades del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano.

## **9.2.Técnicas de investigación**

### **9.2.1. Entrevista**

La entrevista es una técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos; se define como una conversación que se propone un fin determinado distinto al simple hecho de conversar.<sup>3</sup> Es un instrumento técnico que adopta la forma de un diálogo coloquial. Canales la define como "la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio, a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema propuesto".<sup>2</sup> Heinemann propone para complementarla, el uso de otro tipo de estímulos, por ejemplo, visuales, para obtener información útil para resolver la pregunta central de la investigación. (Díaz-Bravo, 2013)

Para esta técnica se establecerá una entrevista a la Lic. Betty Estrella Representante del Instituto Tecnológico Sudamericano con la finalidad de dar a conocer la situación actual de los atractivos lugares turísticos de la ciudad de Loja.

### **9.2.2. Encuesta**

Las encuestas son un tipo de instrumentos de recopilación de información, que consisten en un conjunto prediseñado de preguntas normalizadas, dirigidas a una muestra socialmente representativa de individuos, con el fin de conocer sus opiniones o visiones respecto de alguna problemática o asunto que les afecta. (Concepto, 2013-2022)

Considerando la categoría de edad de la población de 18 a 50 años, se realizarán encuestas para saber el conocimiento sobre diversos atractivos turísticos y la importancia de una campaña digital para potenciarlos.

### **9.2.3. Observación**

La observación es la forma más sistematizada y lógica para el registro visual y verificable de lo que se pretende conocer; es decir, es captar de la manera más objetiva posible, lo que ocurre en el mundo real, ya sea para describirlo, analizarlo o explicarlo desde una perspectiva científica; a diferencia de lo que ocurre en el mundo empírico, en el cual el hombre en común utiliza el dato o la información observada de manera práctica para resolver problemas o satisfacer sus necesidades. De esta forma toda observación, al igual que otras técnicas, métodos o instrumentos para consignar información; requiere de un sujeto que investiga y un objeto a investigar, tener claros los objetivos que persigue y focalizar la unidad de observación. (Guillermo Campos L. M., 2012)

Esta técnica es aplicada para evaluar un fenómeno, enfocarse y obtener la información sobre los hechos, en el presente proyecto, la observación será encaminada a la conceptualización de producción fotográfica de cada lugar turístico de la ciudad de Loja.

### 9.3. Determinación de la muestra

Para obtener el tamaño de muestra se tomó una parte de la población de la ciudad de Loja, datos obtenidos del censo del 2010 del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, INEC. Teniendo como datos a 240.638 habitantes.

#### 9.3.1. *Proyección de la Población*

- F año actual = F año base 2010  $(1 + i)^n$
- F año actual = (2022) Proyección al año
- F año base = Población Total del año 2010 (214.855)
- 1 = constante.
- i = tasa de crecimiento poblacional (1,1%)
- n = # de años a proyectar (12)

$$2022 = 214.855 (1 + 1.1)^{12}$$

$$2022 = 214.855 (1 + 0,011)^{12}$$

$$2022 = 214.855 (1,011)^{12}$$

$$2022 = 214.855 (1,14)$$

$$2022 = 244.934,7$$

$$2022 = 244935 \text{ Respuesta.}$$

#### 9.3.2. *Aplicación de la fórmula*

$$n = \frac{Nz^2 p \times q}{(N - 1)e^2 + z^2 \times p \times q}$$

- N = Tamaño de población o universo (244935)
- n = Tamaño de la muestra (?)
- z = Nivel de confianza (1,96)
- p = Probabilidad de éxito (0,5)
- q = Probabilidad de fracaso (0,5)
- e = Margen de error (0,05)

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

$$n = \frac{244935 (1.96)^2 (0.5) (0.5)}{(244935 - 1) (0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5) (0.5)}$$

$$n = \frac{244935 (3.84) (0.25)}{244934 (0.0025) + (3.84) (0.25)}$$

$$n = \frac{244935 (0.96)}{612,34 + 0,96}$$

$$n = \frac{235137.6}{613}$$

$$n = 383.58$$

$$n = 38$$

## 9.4. Análisis de resultados

### 9.4.1. Entrevista

#### Figura 2

*Entrevista*



*Nota: Lic. Betty Estrella*

**Entrevistado:** Lic. Betty Estrella

**Cargo:** Docente del Instituto Tecnológico Sudamericano

**Entrevistador:** Jhulissa Alejandra Hidalgo Ontaneda

**Tema:** Producción fotográfica para dar a conocer los lugares turísticos de Loja

1. **¿Considera usted que Loja posee atractivos turísticos, tanto naturales como culturales?**

Si se considera ya que Loja posee un gran número tanto atractivos turísticos naturales como culturales.

2. **¿Considera usted que las personas que visitan Loja se sienten interesados por conocer cada atractivo que ofrece nuestra ciudad?**

Bueno existen limitaciones por ejemplo no hay una buena campaña publicitaria y eso detiene a la promoción, ya que las personas encargadas de promocionar no lo hacen y en definitiva hay desconocimiento y ese es el gran problema de que no se pueda promocionar. Ni tampoco hay señalética de información

**3. ¿Cuál considera usted de los atractivos turísticos llame más la atención de nuestra ciudad?**

En la ciudad de Loja los lugares que más llaman la atención son el Parque Nacional Podocarpus y también el centro histórico ya que por ende llegan turistas a visitar especialmente en los fines de semana.

**4. ¿Conoce usted o sabe el motivo por el bajo turismo que enfrenta la ciudad de Loja?**

Las principales causas sobre el bajo turismo es que esta la lejanía de las ciudades principales otra causa también es que las vías de acceso a la provincia son pésimas y eso influye a que la gente no se motive a visitar el lugar.

**5. ¿Cree usted que con la fotografía se llegue a difundir el turismo de Loja?**

Si es un apoyo, ya que Loja cuenta con bastantes lugares turísticos y puedan ser resaltados a través de la fotografía y eso ayudaría a potenciar al turismo de nuestra ciudad a través y ser reconocido tanto nacional como internacional.

**Análisis:**

En la ciudad de Loja cuenta con varios lugares turísticos para llegar a visitar sin embargo la falta de información de los lugares, se considera oportuna mediante la galería fotográfica es un apoyo para dar a conocer los sitios turísticos, es importante también que la misma ciudadanía conozcan para así poder explotar su potencial turístico.

### 9.4.2. Encuestas

#### 1. ¿Conoce usted los lugares turísticos más representativos de la ciudad de Loja?

**Tabla 1**

*Lugares turísticos*

| Variable     | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Si           | 300        | 78,1%       |
| No           | 84         | 21,9%       |
| <b>Total</b> | <b>384</b> | <b>100%</b> |

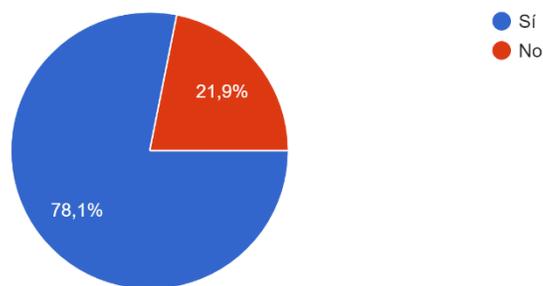
*Nota:* Encuestas aplicadas a los ciudadanos de Loja.

*Autor:* Hidalgo Ontaneda Jhulissa Alejandra.

**Figura 3:**

*Lugares turísticos*

384 respuestas



*Nota:* Encuestas aplicadas a los ciudadanos de Loja.

*Autor:* Hidalgo Ontaneda Jhulissa Alejandra.

**Análisis cuantitativo:** se observa que en el gráfico el 78.1% de ciudadanos, que representan a 300 personas de la población, señalan que conocen los lugares más

representativos de Loja mientras el 21,9% de ciudadanos encuestados que corresponden a 84 personas respondieron que no tenían conocimiento del mismo.

**Análisis cualitativo:** de los resultados obtenidos de la gráfica, tal como se observa, la mayoría de los encuestados dijeron que, si conocían los atractivos turísticos, por otra parte, una cantidad menor demuestra no conocer dichos atractivos turísticos.

## 2. ¿De los siguientes lugares turísticos de la ciudad de Loja cuales ha visitado?

**Tabla 2**

*Lugares turísticos*

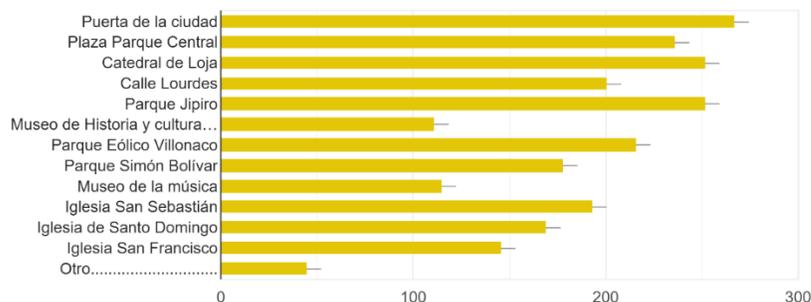
| <b>Variable</b>             | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|-----------------------------|-------------------|-------------------|
| Puerta de la Ciudad         | 267               | 69.5%             |
| Plaza Parque Central        | 236               | 61.5%             |
| Catedral de Loja            | 252               | 65.6%             |
| Calle Lourdes               | 201               | 52.3%             |
| Parque Jipiro               | 252               | 65.6%             |
| Museo de Historia y Cultura | 111               | 28.9%             |
| Parque Eólico Villonaco     | 216               | 56.3%             |
| Parque Simón Bolívar        | 178               | 46.4%             |
| Museo de la Música          | 115               | 29.9%             |
| Iglesia de San Sebastián    | 193               | 50.3%             |
| Iglesia de Santo Domingo    | 169               | 44%               |
| Iglesia San Francisco       | 146               | 38%               |
| <b>Otro...</b>              | <b>45</b>         | <b>11.7%</b>      |

Nota: Encuestas aplicadas a los ciudadanos de Loja

Autor: Hidalgo Ontaneda Jhulissa Alejandra

**Figura 4:***Lugares turísticos*

384 respuestas



*Nota:* Encuestas aplicadas a los ciudadanos de Loja.

*Autor:* Hidalgo Ontaneda Jhulissa Alejandra

**Análisis cuantitativo:** se observa que en el gráfico el 69.5% de ciudadanos, que es 267 personas de la población, señalan que conocen la puerta de la ciudad, el 61.5% que es las 236 personas frecuentan la plaza parque central, el 65.6% que es 252 personas encuestadas saben de la Catedral de Loja, el 52,3% que es 201 ciudadanos tienen información acerca de la Calle Lourdes, el 65,6% que es 252 están al tanto sobre el parque Jipiro, el 28.9% corresponden al 111 personas encuestadas, saben sobre el Museo de Historia y Cultura, mientras que el 56.3% que es el 216 de personas si están informados a cerca del Parque Eólico Villonaco, el 46.4% que es el 178 de personas saben Parque Simón Bolívar, el 29.9 % representa 115 de personas que saben sobre el Museo de la Música, el 50.3 % que es el 193 de personas encuestadas conocen la Iglesia de San Sebastián, el 44% que representa a 169 de personas es tan al tanto sobre la Iglesia de Santo Domingo, el 38 % que es 146 de personas están informando sobre la Iglesia de San Francisco y el 11.7% que representa al 45 de personas optaron por otros lugares.

**Análisis cualitativo:** de los resultados obtenidos de la gráfica, tal como se observa, la mayoría de los encuestados comunicaron que, si conocían el mayor número de los lugares turísticos de Loja, por otra parte, una cantidad menor optaron por otros lugares turísticos.

### 3. ¿Ha conocido usted el potencial turístico de un sector a través de una galería fotográfica?

**Tabla 3**

*Lugares turísticos*

| Variable     | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Si           | 223        | 58,1%       |
| No           | 161        | 41,9%       |
| <b>Total</b> | <b>384</b> | <b>100%</b> |

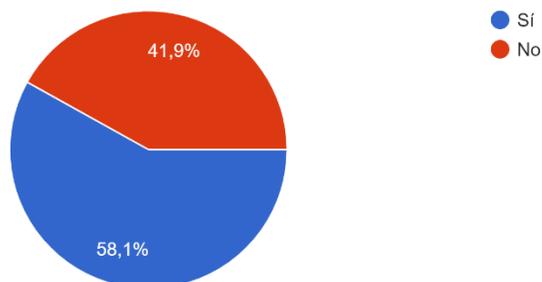
Nota: Encuestas aplicadas a los ciudadanos de Loja.

Autor: Hidalgo Ontaneda Jhulissa Alejandra

**Figura 5:**

*Lugares turísticos*

384 respuestas



Nota: Encuestas aplicadas a los ciudadanos de Loja.

Autor: Hidalgo Ontaneda Jhulissa Alejandra

**Análisis cuantitativo:** se observa que en el gráfico el 58.1% de ciudadanos, que representan a 223 personas de la población, señalan que conocen el potencial turístico del sector a través de una galería mientras el 41,9% de ciudadanos encuestados que corresponden a 161 personas respondieron que no tenían conocimiento del mismo.

**Análisis cualitativo:** de los resultados obtenidos de la gráfica, tal como se observa, la mayoría de los encuestados dijeron que, si conocen el potencial turístico a

través de una galería fotográfica, por otra parte, una cantidad menor demuestra no conocer.

#### 4. ¿Conoce usted de alguna campaña publicitaria en la que se dé a conocer los lugares turísticos de nuestra ciudad?

**Tabla 4**

*Lugares turísticos*

| Variable     | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Si           | 191        | 49,7%       |
| No           | 193        | 50,3%       |
| <b>Total</b> | <b>384</b> | <b>100%</b> |

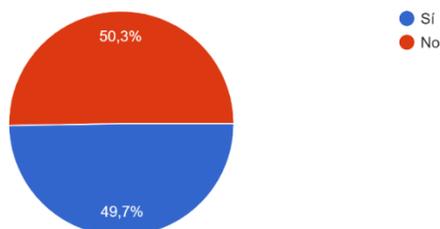
*Nota:* Encuestas aplicadas a los ciudadanos de Loja.

*Autor:* Hidalgo Ontaneda Jhulissa Alejandra.

**Figura 6:**

*Lugares turísticos*

384 respuestas



*Nota:* Encuestas aplicadas a los ciudadanos de Loja.

*Autor:* Hidalgo Ontaneda Jhulissa Alejandra.

**Análisis cuantitativo:** se observa que en el gráfico el 49,7% de ciudadanos, que representan a 191 personas de la población, señalan que conocen alguna campaña publicitaria en la que se da a conocer los lugares turísticos de la ciudad mientras el 50,3% de ciudadanos encuestados que corresponden a 193 personas respondieron que no tenían conocimiento del mismo.

**Análisis cualitativo:** de los resultados obtenidos de la gráfica, tal como se observa, un porcentaje de los encuestados dijeron que, si conocen de alguna campaña publicitaria en la que se dé a conocer los lugares turísticos de la ciudad, por otra parte, una cantidad demuestra no conocer.

## 5. ¿Considera oportuno la promoción de los lugares turísticos de nuestra ciudad, a través de una galería fotográfica?

**Tabla 5**

*Lugares turísticos*

| Variable     | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Si           | 369        | 96,1%       |
| No           | 15         | 3,9%        |
| <b>Total</b> | <b>384</b> | <b>100%</b> |

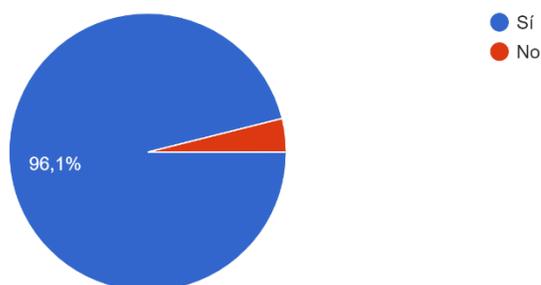
*Nota:* Encuestas aplicadas a los ciudadanos de Loja.

*Autor:* Hidalgo Ontaneda Jhulissa Alejandra.

**Figura 7:**

*Lugares turísticos*

384 respuestas



*Nota:* Encuestas aplicadas a los ciudadanos de Loja.

*Autor:* Hidalgo Ontaneda Jhulissa Alejandra.

**Análisis cuantitativo:** se observa que en el gráfico el 96.1% de ciudadanos, que representan a 369 personas de la población, consideran oportuno la promoción de los lugares turísticos a través de una galería fotográfica mientras el 3.9% que es 15 ciudadanos encuestados respondieron que no tenían conocimiento del mismo.

**Análisis cualitativo:** de los resultados obtenidos de la gráfica, tal como se observa, un porcentaje de los encuestados dijeron que, si consideran oportuno la promoción de los lugares turísticos de la ciudad, a través de una galería fotográfica, por otra parte, una cantidad piensan que no es oportuno

## 6. ¿Cuáles son los medios considera usted funcionarían para promocionar los lugares turísticos de la ciudad de Loja

**Tabla 6**

*Lugares turísticos*

| <b>Variable</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|-----------------|-------------------|-------------------|
| Prensa          | 8.                | 2.1%              |
| Radio           | 9                 | 2.3%              |
| Televisión      | 39                | 10.2%             |
| Redes Sociales  | 328               | 85.4%             |
| <b>total</b>    | <b>384</b>        | <b>100%</b>       |

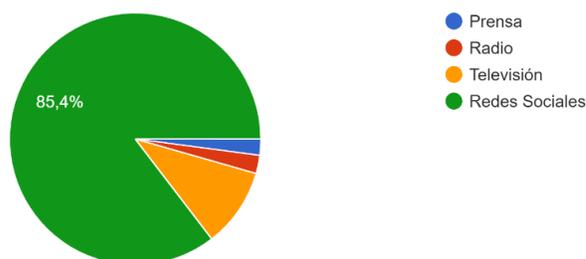
*Nota:* Encuestas aplicadas a los ciudadanos de Loja.

*Autor:* Hidalgo Ontaneda Jhulissa Alejandra.

## **Figura 8**

Lugares turísticos

384 respuestas



*Nota:* Encuestas aplicadas a los ciudadanos de Loja.

*Autor:* Hidalgo Ontaneda Jhulissa Alejandra.

**Análisis cuantitativo:** se observa que en el gráfico el 85,4% de ciudadanos, que representan a 328 personas de la población, consideran que funcionaria para promover los lugares turísticos a través de redes sociales, el 10,2% que representan a 39 encuestados opinan mediante televisión, el 2,3% que representa a 9 personas consideran que mediante radio mientras que el 2,1% que representan a 8 personas opinan mediante la prensa.

**Análisis cualitativo:** de los resultados obtenidos de la gráfica, tal como se observa, un porcentaje de los encuestados dijeron que consideran oportuno mediante las redes sociales la promoción de los lugares turísticos de nuestra ciudad, por otra parte, un porcentaje cantidad piensan que no es oportuno.

## 7. Para la presentación de la galería fotográfica usted preferiría que se realice a través de:

**Tabla 7**

*Lugares turísticos*

| <i>Variable</i>                   | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|-----------------------------------|-------------------|-------------------|
| Exposición fotográfica al público | 85                | 22,1%             |
| Redes sociales                    | 233               | 60,7%             |
| Sitio Web                         | 66                | 17,2%             |
| <b>Total</b>                      | <b>384</b>        | <b>100%</b>       |

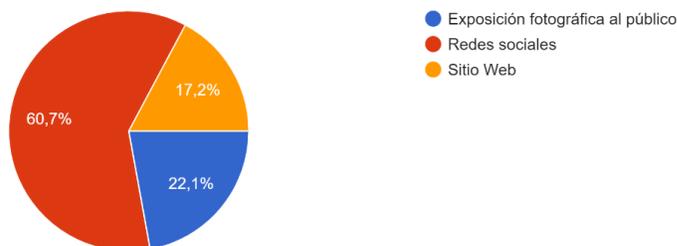
*Nota:* Encuestas aplicadas a los ciudadanos de Loja.

*Autor:* Hidalgo Ontaneda Jhulissa Alejandra.

### Figura 9:

*Lugares turísticos*

384 respuestas



*Nota:* Encuestas aplicadas a los ciudadanos de Loja.

*Autor:* Hidalgo Ontaneda Jhulissa Alejandra.

**Análisis cuantitativo:** se observa que en el gráfico el 60,7% de ciudadanos, que representan a 233 personas de la población, consideran que se presente la galería fotográfica mediante redes sociales mientras el 22,1 % de ciudadanos encuestados que corresponden a 85 personas respondieron mediante exposición fotográfica al público y el 17,2 % que es las 66 personas contestaron que mediante sitio web

**Análisis cualitativo:** En la gráfica 7, tal como se observa, un porcentaje de los encuestados dijeron que preferirían mediante redes sociales, el otro porcentaje opinaron que mediante exposición fotográfica al público y en un mínimo porcentaje menciona sitio web

## 8. ¿Cuáles de las siguientes redes sociales usa con mayor frecuencia?

través de:

### Tabla 8

*Lugares turísticos*

| Variable | Frecuencia | porcentaje |
|----------|------------|------------|
| Facebook | 85         | 22.1%      |

|              |            |             |
|--------------|------------|-------------|
| Instagram    | 233        | 60.7%       |
| Twitter      | 66.        | 17,2%       |
| <b>Total</b> | <b>384</b> | <b>100%</b> |

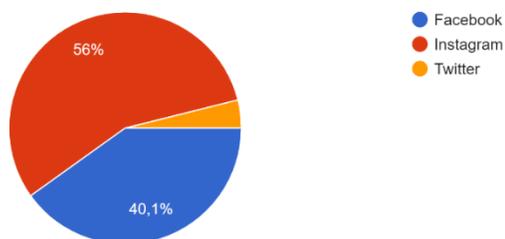
*Nota:* Encuestas aplicadas a los ciudadanos de Loja

*Autor:* Hidalgo Ontaneda Jhulissa Alejandra.

### Figura 10:

Lugares turísticos

384 respuestas



*Nota:* Encuestas aplicadas a los ciudadanos de Loja.

*Autor:* Hidalgo Ontaneda Jhulissa Alejandra.

**Análisis cuantitativo:** se analiza que en el gráfico el 60.7% de ciudadanos, que representan a 233 personas de la población, usa con mayor frecuencia Instagram, el otro 22.1% representan a 85 ciudadanos dicen que usan Facebook y mientras el 17.2% que sería 66 personas usan Twitter.

**Análisis cualitativo:** de la siguiente gráfica se obtiene los siguientes resultados tal como se observa, un porcentaje de los encuestados, usan con mayor frecuencia Instagram mientras el otro porcentaje usan lo que es Facebook y Twitter.

### 9.4.3. Observación

#### Figura 1

Fotografía Loja-Ecuador



*Nota: Fotografía tomada del internet, Hidalgo (2022)*

En este caso se logró visitar varios lugares turísticos de la ciudad de Loja, se tomó varias fotografías para poder promocionar y dar a conocer las maravillas que tiene cada uno. Se llegó a fotografías varias iglesias de la ciudad de Loja que cuentan con historia, también algunos museos se visitaron. Por otra parte, como el parque Villonaco permite conocer uno de los lugares con mejor vista de Loja, pues el paisaje que se ve desde esa altura es impresionante, además al ver la imponente presencia de cada uno de los aerogeneradores.

## **10. Propuesta de acción**

### **10.1. Introducción**

Loja cuenta con varios atractivos turísticos, tanto atractivos naturales como culturales, mostrando así a la misma ciudadanía cada lugar que posee plasmar lo más destacado de Loja por medio de la fotografía, artes para redes sociales y finalmente la galería fotográfica y la marca

la propuesta sobre galería fotográfica permitirá que los mismos lojanos conozcan más de cada lugar turístico que ofrece la ciudad.

De acuerdo a los resultados obtenidos por la investigación se pudo determinar varios problemas que ayudaron a poder comprender como ve el turista al sector y cuál es su opinión sobre el atractivo turístico.

- Falta de información de los lugares turísticos de aquí de Loja
- La falta de fotografías que ayuden a promocionar los sitios turísticos de Loja.

Para estos problemas que se lograron determinar en las Encuestas – Entrevistas, se propone la solución de los siguientes elementos comunicacionales:

#### ***10.1.1. Objetivos:***

- Elaboración de artes publicitarios para la promover el turismo en Loja
- Diseño de una marca para la producción fotográfica

### **10.2. Nombre del proyecto**

Este proyecto tiene como nombre: Turismo del Sur

### **10.3. Público objetivo**

Va dirigido a dos públicos objetivos:

- **Turistas Locales:** serían los que habitan en la ciudad de Loja incentivándolos a visitar y conocer los lugares turísticos cercanos de sus hogares.
- **Turistas nacionales:** son las que viven dentro del territorio nacional y que se movilizan en su periodo de vacaciones, estas personas al moverse necesitan desde distintos puntos del país requieren información de lugares nuevos a visitar.

#### **10.4. Descripción**

En la siguiente propuesta de acción se enfocó en los lugares turísticos de la ciudad de Loja, previo se logró hacer la investigación mediante encuestas, entrevistas y observaciones. Nos ayudó a saber las causas de los lugares turísticos y cuan conocidos son.

Se creó la marca para la producción fotográfica que mediante eso se dará a conocer los lugares turísticos, también para las artes para redes sociales

#### **10.5. Propuesta Gráfica**

##### ***10.5.1. Marca***

##### **Figura 12**

Versión original



*Nota:* Jhulissa Hidalgo

### 10.5.2. Conceptualización

La marca se creó con el fin de poder promocionar cada lugar turístico de Loja, el nombre para la marca Turismo del sur va enfocado a mostrar el potencial y belleza que Loja posee.

Para la creación de la marca fue necesario empezar por buscar un nombre con el objetivo de que ayude a promocionar el turismo, luego se empezó a bocetear y llevar a digital.

La marca está compuesta por las palabras turismo del sur, hace referencia de la provincia del sur del Ecuador, Loja es la cuna de la música nacional, llena de cultura y tradiciones que la hacen única.

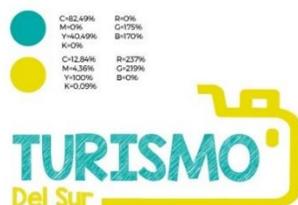
La marca también está compuesta por una cámara ya que la fotografía y el turismo siempre van unidos tan indisolubles como un turista con su cámara.

Para turismo del sur se escogió una tipografía que ayuda a realzar la marca junto con la cromática que llegue a impactar al espectador.

### 10.5.3. Cromática de la marca

#### Figura 13

Cromática



Nota: Jhulissa Hidalgo

La cromática para esta marca se baso en la selección de dos colores que son el turquesa que es un tono que nos evoca paz, tranquilidad y claridad mental, huyendo de la frialdad extrema del azul. Mientras que el color amarillo simboliza la luz del sol. Representa la alegría, la felicidad, la inteligencia y la energía.

#### *10.5.4. Aplicaciones cromáticas*

### **Figura 14**

Version blanco y negro



*Nota:* Jhulissa Hidalgo

#### *10.5.5. Uso Tipográfico*

Para la marca turismo del sur se buscó varios tipos de fuentes tipográficos, hasta encontrar la adecuada, se seleccionó KG Blank Space Sketch Aunque la tipografía es tradicional, llega a sobresalir.

# KG Blank Space Sketch

*Link: De la propuesta*

<https://drive.google.com/drive/folders/1Nj1uwy3LjXDO5MOFzFYE0oHx1T30iEv6?usp=sharing>

## 10.6. Fase de Producción

**Tabla 9**

*Cronograma*

| <b>Fecha de Publicación</b> | <b>Red social</b> | <b>Contenido</b>                                | <b>Objetivo</b>                             | <b>Horario</b> |
|-----------------------------|-------------------|---|---|----------------|
| 24/10/2022                  | Instagram         | Arte publicitario<br>Lugares turísticos de Loja | Dar a saber sobre los<br>lugares turísticos | 10h00a.m       |
| 25/10/2022                  | Instagram         | Arte publicitario<br>Lugares turísticos de Loja | Popularizar los<br>atractivos turísticos    | 11h00a.m.      |
| 26/10/2022                  | Instagram         | Arte publicitario<br>Lugares turísticos de Loja | Posesionar los lugares<br>turísticos        | 11h00a.m       |
| 27/10/2022                  | Instagram         | Arte publicitario<br>Lugares turísticos de Loja | Popularizar los<br>atractivos turísticos    | 10h00a.m       |
| 28/10/2022                  | Instagram         | Arte publicitario<br>Lugares turísticos de Loja | Promocionar los<br>lugares turísticos       | 12h00a.m       |
| 29/10/2022                  | Instagram         | Arte publicitario<br>Lugares turísticos de Loja | Popularizar los<br>atractivos turísticos    | 12h00a.m       |
| 30/10/2022                  | Instagram         | Arte publicitario<br>Lugares turísticos de Loja | Promocionar los<br>lugares turísticos       | 11h00a.m       |
| 31/10/2022                  | Instagram         | Arte publicitario<br>Lugares turísticos de Loja | Popularizar los<br>atractivos turísticos    | 11h30a.m       |
| 1/11/2022                   | Instagram         | Arte publicitario<br>Lugares turísticos de Loja | Popularizar los<br>atractivos turísticos    | 15h00          |
| 2/11/2022                   | Instagram         | Arte publicitario<br>Lugares turísticos de Loja | Popularizar los<br>atractivos turísticos    | 15h00          |
| 3/11/2022                   | Instagram         | Arte publicitario<br>Lugares turísticos de Loja | Popularizar los<br>atractivos turísticos    | 10h00a.m       |
| 4/11/2022                   | Instagram         | Arte publicitario<br>Lugares turísticos de Loja | Promocionar los<br>lugares turísticos       | 10h00a.m       |
| 5/11/2022                   | Instagram         | Arte publicitario<br>Lugares turísticos de Loja | Promocionar los<br>lugares turísticos       | 18h00          |
| 6/11/2022                   | Instagram         | Arte publicitario<br>Lugares turísticos de Loja | Popularizar los<br>atractivos turísticos    | 18h00          |
| 7/11/2022                   | Instagram         | Arte publicitario<br>Lugares turísticos de Loja | Popularizar los<br>atractivos turísticos    | 10h00a.m       |

*Nota:* Plan de medios

*Autor:* Jhulissa Hidalgo

## 10.7. Fotografías

### 10.7.1. Puerta de la Ciudad

Es la Puerta de Entrada a la ciudad, representa parte del Escudo de Loja, en el que se divisa *un castillo medieval*, por el cual se accede al centro de la ciudad. Construida en los años 1998–1999.

#### Figura 15

Puerta de la ciudad



Nota: Hidalgo (2022)

### 10.7.2. Plaza parque central

En el centro del parque esta uno de los primeros monumentos que se colocó en nuestra ciudad, en honor al benefactor de la educación lojana, Dr. Bernardo Valdivieso de los héroes.

**Figura 16**

Plaza parque central

*Nota:* Hidalgo (2022)**10.7.3. Catedral de Loja**

La Iglesia de la Catedral fue la primera matriz, construida de piedra y adobe en el siglo XVI según Juan de Salinas.

**Figura 17**

Catedral de Loja

*Nota:* Hidalgo (2022)

#### ***10.7.4. Calle Lourdes***

La calle Lourdes es una de las más reconocidas de las calles de Loja debido a que a lo largo de esta calle peatonal se puede observar mucho colorido en las casas e infraestructuras ahí ubicadas, pues estas conservan las características de las viviendas antiguas.

#### **Figura 18**

Calle Lourdes



*Nota:* Hidalgo (2022)

#### ***10.7.5. Parque Jipiro***

El parque Jipiro constituye una de las principales atracciones de Loja. Está compuesto por más de 10 hectáreas y es conocido también como el parque de la Universalidad Cultural.

**Figura 19**

Parque Jipiro

*Nota:* Hidalgo (2022)**10.7.6. Museo de Historia y Cultura**

Museo de Historia y Cultura lojanas. Este museo fue creado en el año 1986, para dar a conocer todo lo relacionado con la cultura de Loja.

**Figura 20**

Museo de Historia y Cultura

*Nota:* Hidalgo (2022)

### ***10.7.7. Parque Villonaco***

La Central Eólica Villonaco, obra construida por el Ministerio de Electricidad y Energía Renovable (MEER), es una de las obras emblemáticas del Gobierno Nacional, cuenta con 11 aerogeneradores.

#### **Figura 21**

Parque Villonaco



*Nota:* Hidalgo (2022)

### ***10.7.8. Museo de la música***

El Museo de la Música forma parte del Proyecto Cultural más importante de la ciudad de Loja y del Ecuador, cuyo propósito es rescatar el Patrimonio Histórico de la ciudad. El museo exhibe el legado de un representativo número de artistas lojanos, de las épocas renacentista y vanguardista 1890-1940.

**Figura 22**

Museo de la música



*Nota:* Hidalgo (2022)

**10.7.9. Iglesia San Sebastián**

Iglesia San Sebastián. Monumento más notable de Loja se encuentra en la Plaza de San Sebastián también llamada la Plaza de la Independencia.

**Figura 23**

Iglesia San Sebastián



*Nota:* Hidalgo (2022)

### **10.7.10. Iglesia Santo Domingo**

La Iglesia Santo Domingo fue construida en el año de 1557 y terminada en 1.600 de estilo ecléctico con historicismo románico, remates góticos en sus torres. La pintura y decoración interior fue realizada por *Fray Enrique Mideros*.

#### **Figura 24**

Iglesia Santo Domingo



*Nota:* Hidalgo (2022)

### **10.7.11. Iglesia San Francisco**

Una plaza pequeña con una Iglesia y Convento franciscanos, en la cual se destaca la presencia del monumento ecuestre al Capitán Alonso De Mercadillo, fundador de la ciudad de Loja.

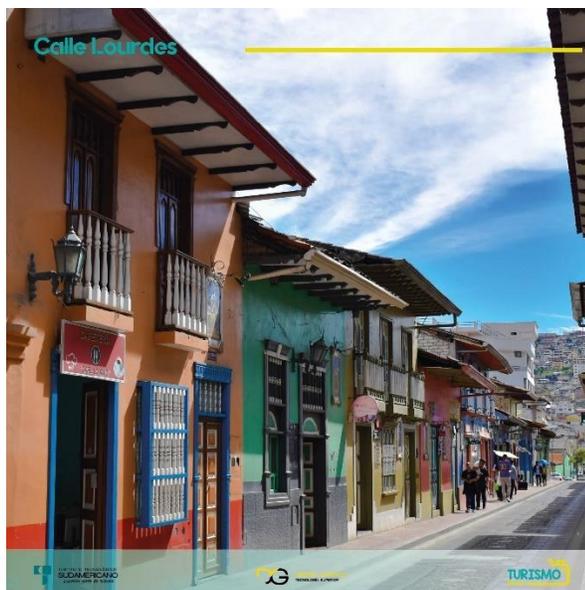
**Figura 25**

Iglesia San Francisco

*Nota:***10.8. Diseño de artes para redes sociales**

**Figura 26**

Arte para publicación para Instagram



*Nota:* Hidalgo (2022)

**Figura 27**

Arte para publicación para Instagram



*Nota:* Hidalgo (2022)

**Figura 28**

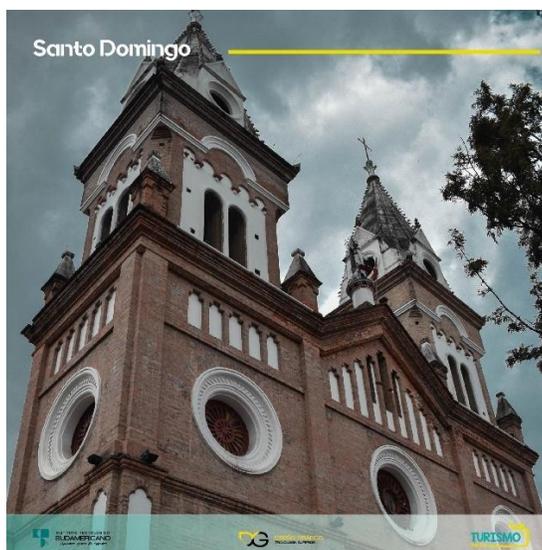
Arte para publicación para Instagram



*Nota:* Hidalgo (2022)

### **Figura 29**

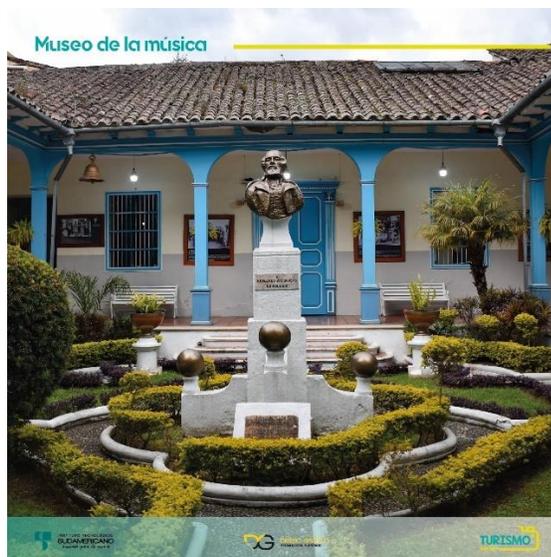
Arte para publicación para Instagram



*Nota:* Hidalgo (2022)

### **Figura 30**

Arte para publicación para Instagram



Nota: Hidalgo (2022)

### Figura 31

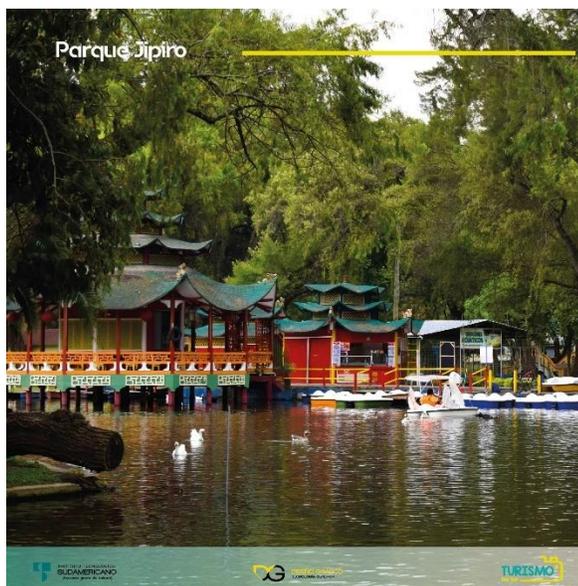
Arte para publicación para Instagram



Nota: Hidalgo (2022)

### Figura 32

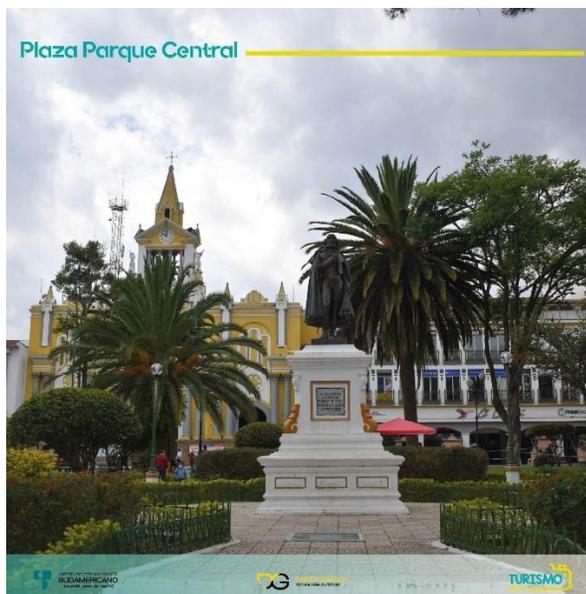
Arte para publicación para Instagram



Nota: Hidalgo (2022)

### Figura 33

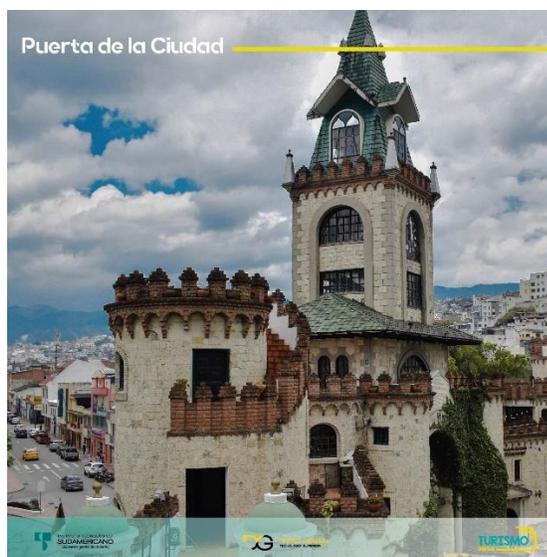
Arte para publicación para Instagram



Nota: Hidalgo (2022)

### Figura 34

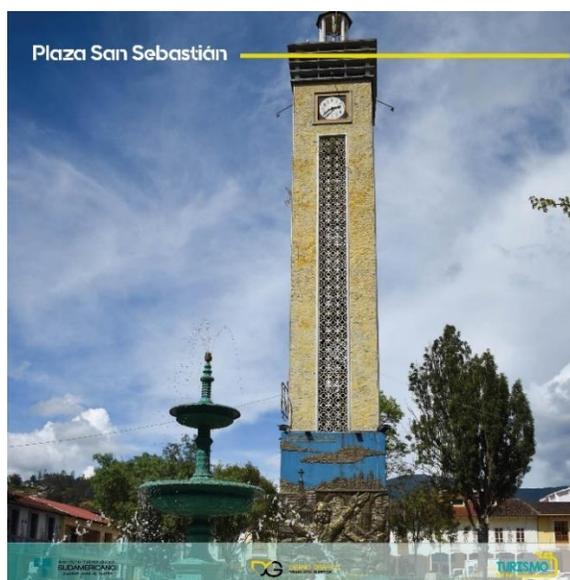
Arte para publicación para Instagram



*Nota:* Hidalgo (2022)

### **Figura 35**

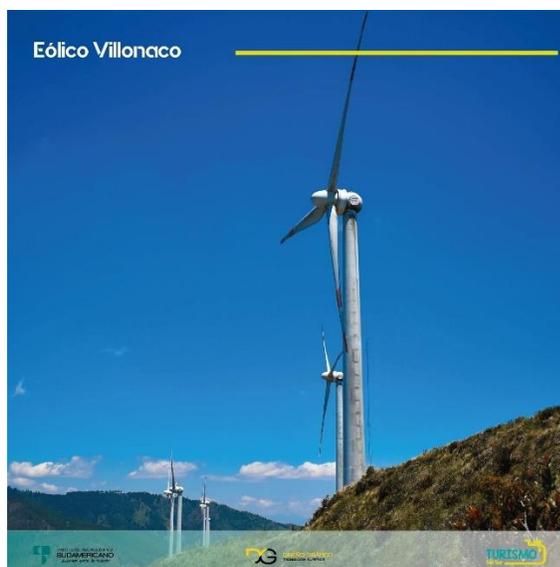
Arte para publicación para Instagram



*Nota:* Hidalgo (2022)

### **Figura 36**

Arte para publicación para Instagram



*Nota:* Hidalgo (2022)

### **Figura 37**

Arte para publicación para Instagram



*Nota:* Hidalgo (2022)

#### **10.8.1. Diseño de perfil para Instagram**

**Figura 38**

Arte para publicación para Instagram



*Nota:* Hidalgo (2022)

## 11. Conclusiones

Ya terminada la investigación se llegó a las siguientes conclusiones:

- El análisis correcto mediante técnicas de investigación permite determinar cuáles son los lugares turísticos y conocidos de la ciudad de Loja, teniendo como finalidad realizar el respectivo trabajo de tomas de fotografías.
- De acuerdo a la búsqueda bibliográfica se concluyó en la pérdida de conocimientos por parte de los turistas de la ciudad de Loja.
- A través de las fotografías junto con varios recursos adecuados de diseño y edición se logrará plasmar los sitios turísticos de la ciudad de Loja.
- Se procede mediante una galería fotográfica se dé a conocer cada sitio emblemático que posee la ciudad de Loja y se llegue a promover el turismo.

## 12. Recomendaciones

Ya con las conclusiones establecidas en el siguiente trabajo de campo se recomienda:

- Se recomienda emplear técnicas de recolección de información de forma permanente para garantizar cuales son los lugares turísticos que hay en la ciudad de Loja y cuan conocidos son.
- Se recomienda a habilitar sitios web o libros confiables para obtener información actualizada.
- Fortalecer a través de la fotografía que fomenten el turismo de la ciudad de Loja beneficiando así a la misma ciudadanía.
- Se recomienda mediante galerías y campañas publicitarias lleguen a promover el turismo de los diferentes atractivos turísticos de Loja.

### 13. Bibliografía

(s.f.). En F. J.-U. Granada, *FOTOGRAFÍA: MODA Y PODER PATRONES DE PERSONALIDAD MASCULINOS Y FEMENINOS*.

CurioSfera Historia . (2022). *CurioSfera Historia* .

“LA OBSERVACIÓN, UN MÉTODO PARA EL ESTUDIO DE LA REALIDAD”.  
(2012). En G. C. Martínez.

(2011/07/15). *Loja-ciudad-castellana/*.

(2012). En J. Latorre, *Fotografía y Arte: Encuentros y Desencuentros*.

(2012). En y. E. Guillermo Campos, “*LA OBSERVACIÓN, UN MÉTODO PARA EL ESTUDIO DE LA REALIDAD*”.

(2012). En E. L. Guillermo Campos.

7, R. d. (2007). *Historia de la Fotografía* .

Bigné, F. y. (2000). *Marketing de Destinos Turísticos. Análisis y Estrategias de Desarrollo*. ESIC. En F. y. Bigné, *Marketing de Destinos Turísticos. Análisis y Estrategias de Desarrollo*. ESIC.

Bigné, F. y. (2000). *Marketing de Destinos Turísticos. Análisis y Estrategias de Desarrollo*. ESIC.

Campos, L. M. (2012).

(s.f.). *CANTÓN LOJA TURISMO 2021*. Loja.

Concepto. (2013-2022). *Concepto*.

Crehana. (2022). *Crehana*.

Crudele, N. (2018). Estudio de la marca Ciudad de Loja como atractivo de turismo nacional y extranjero en el Ecuador . *Turydes: Turismo y Desarrollo*.

Cultura Inquieta. (2010-2022). *Cultura Inquieta*.

DefiniciónABC. (2007-2022). *DefiniciónABC*.

Díaz-Bravo, L. P. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico.

Ecuador, G. d. (s.f.). Ministerio de Cultura y Patrimonio. *Ministerio de Cultura y Patrimonio*.

Ecuadpr, G. d. (s.f.). Ministerio de Cultura y Patrimonio.

Ekos. (2019). *Ekos*.

El potencial educativo de la fotografía . (2015).

Enciclopedia Concepto. (2013-2022). *Concepto*.

Entorno Turístico. (2022). En *Entorno Turístico*.

EP, C. (2019). Ministerio de Energía y Recursos Naturales No Renovables. *CELEC EP*.

FOTOGRAFÍA: MODA Y PODER. (s.f.). En F. J.-U. Granada, *FOTOGRAFÍA: MODA Y PODER*.

GENSUR., C. E. (2019). Ministerio de Energía de Recursos Naturales No Renovables. *CELEC EP - GENSUR*.

GENSUR., C. E. (2019). Ministerio de Energía y Recursos Naturales No Renovables. *CELEC EP*.

Gobierno de la República del Ecuador. (s.f.). Ministerio de Cultura y Patrimonio. *Ministerio de Cultura y Patrimonio*.

GoRaymi. (2022). Historia del Turismo.

GoRaymi. (s.f.). Ecuador turismo. *Ecuador turismo*, 2.

Guillermo Campos, E. L. (2012).

Guillermo Campos, E. L. (2012). “*LA OBSERVACIÓN, UN MÉTODO PARA EL ESTUDIO DE LA REALIDAD*”.

Guillermo Campos, L. M. (2012).

Héroes del Turismo . (2022). *Go Raymi*.

Historia de la Fotografía. (2007). *Revista de Artes N° 7*.

HISTORIA DE LA FOTOGRAFÍA. (2007). *Revista de Artes N° 7*.

HISTORIA DE LA FOTOGRAFÍA. (2007). *Revista de Artes N° 7*.

Life and Style. (2022). *Life and Style*.

Lifeder. (2021). Lifeder.

Loja City. (2022).

Loja(Ecuador). (s.f.). *EcuRed*.

Loja(Ecuador). (s.f.). *EcuRed*.

Loja-ciudad-castellana. (2011/07/15/).

Loja-ciudad-castellana. (s.f.). Loja-ciudad-castellana. /2011/07/15.

Marketing de Destinos Turísticos. Análisis y Estrategias de Desarrollo. ESIC. (s.f.). En *Marketing de Destinos Turísticos. Análisis y Estrategias de Desarrollo. ESIC*.

Marketing de Destinos Turísticos. Análisis y Estrategias de Desarrollo. ESIC. (2000). En F. y. Bigné, *Marketing de Destinos Turísticos. Análisis y Estrategias de Desarrollo. ESIC*.

Martes Neológico fotogalería f. (2022). *Martes Neológico*.

Martínez, C. y. (2012).

Martínez, G. C. (2012). “LA OBSERVACIÓN, UN MÉTODO PARA EL ESTUDIO DE LA REALIDAD”.

Martínez, G. C. (2012). LA OBSERVACIÓN, UN MÉTODO PARA EL ESTUDIO DE LA REALIDAD”.

Milagro, U. E. (s.f.). Teoría del Turismo. En U. E. Milagro, *Teoría del Turismo*.

Milagro, U. E. (s.f.). Teoría del Turismo. En U. E. Milagro, *Teoría del Turismo*.

Ministerio de Cultura Plaza del Rey, s. -2. (2009). Centro de Documentación Cultural. *Guía del Lector* .

Ministerio de Cultura y Patrimonio. (s.f.). En G. d. Ecuador, *Ministerio de Cultura y Patrimonio*.

Ministerio de Cultural Plaza del Rey, s. -2. (2009). Centro de Documentación Cultural.

Ministerio de Energía y Recursos Naturales no Renovables . (2019). *CELEC EP-GENSUR*.

Morillo Moreno. (2011). En M. Coromoto, *Turismo y producto turístico*.

Morillo Moreno, M. C. (2011). Turismo y producto turístico. En M. Morillo.

Morillo Moreno, M. C. (2011). Visión general. En M. C. Morillo Moreno, *Turismo y producto turístico*.

Morillo Moreno, M. C. (2011). Visión general . En M. C. Morillo Moreno, *Turismo y producto turístico* .

Munari, B. (2013). METODOLOGÍA PROYECTUAL. En B. Munari, *METODOLOGÍA PROYECTUAL* (pág. 3). Universidad del Desarrollo | Facultad de Diseño.

Munari, B. (2013). Taller Preliminar . En B. Munari, *METODOLOGÍA PROYECTUAL* (pág. 3).

Munari, B. (2013). Taller Preliminar 2013. En B. Munari, *METODOLOGÍA PROYECTUAL* (pág. 3).

Natalia Crudele. (2018). Estudio de la marca Ciudad Loja como atractivo de turismo nacional y extranjero en el Ecuador. *Turydes: Turismo y Desarrollo*.

Organización Mundial Del Turismo. (s.f.).

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. (s.f.).

Patrimonio, M. d. (s.f.). Gobierno de la República del Ecuador.

travel to blank. (2022). *travel to blank*.

Tripadvisor. (2022). *Tripadvisor*.

Turismo, D. d.-M. (2020). Comportamiento Del Turismo a nivel Nacional. *Comportamiento Del Turismo a nivel Nacional, 5-6*.

TURISMO, O. M. (s.f.). ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO.

TURISMO, O. M. (s.f.). ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO.

UNIDAS, O. E. (s.f.). UNWTO. *ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO* .

Veigler Business School. (2022). *Veigler Business School*.

Visión general . (2011). En M. C. Morillo Moreno, *Turismo y producto turístico* .

WalkerBrand. (2019). *Ekos*.

WalkerBrand. (2019). Ekos. *Ekos*.

WalkerBrand. (2019). Ekos. *Ekos*.

yCovarrubias, G. C. (s.f.).

## 14. Anexos

### Presupuestos y recursos

#### Materiales básicos

**Tabla 11**

*Materiales básicos*

| DESCRIPCIÓN                              | V.TOTAL |
|--|---------|
| Derecho para la realización del proyecto | 950,00  |
| Impresión de documentos                  | 10,00   |
| Internet                                 | 80,00   |
| Hoja valorada                            | 2,00    |
| Luz                                      | 40,00   |
| TOTAL                                    | 1,082   |

*Nota: Jhulissa Hidalgo*

#### Materiales tecnológicos

**Tabla 12**

*Materiales tecnológicos*

| DESCRIPCIÓN | V.TOTAL |
|-------------|---------|
| Computadora | 1100,00 |
| Flash       | 15,00   |

|              |             |
|--------------|-------------|
| Cámara       | 800         |
| <b>TOTAL</b> | <b>1915</b> |

*Nota: Jhulissa Hidalgo*

### **Presupuesto total**

#### **Tabla 13**

*Presupuesto total*

| DESCRIPCIÓN             | V.TOTAL      |
|-------------------------|--------------|
| Materiales básicos      | 1,082        |
| Materiales tecnológicos | 1915         |
| <b>TOTAL</b>            | <b>2.997</b> |

*Nota: Jhulissa Hidalgo*

## Cronograma

**Tabla 10**

*Cronograma*

| SEMANA                           | FECHA                   | ACTIVIDAD  |
|----------------------------------|-------------------------|--|
| Primera                          | Lunes 04 al 09/1 0/2022 | Socialización ante los estudiantes investigadores del Reglamento Especial de Titulación ISTS, deberes y responsabilidades en cuanto a asistencia y cumplimiento de avances en apego al cronograma de titulación.<br>Socialización del cronograma de titulación.<br>Orientación referente a las líneas de investigación del Instituto y los problemas que se pretenden solucionar con la investigación (proyecto de investigación de fin de carrera). |
| Segunda                          | Lunes 11 al 16/04       | Refuerzo en problema a trabajar en base a las líneas de investigación  |
| Tercera                          | Lunes 18 al 23/04       | Identificación del problema  |
| Cuarta                           | Lunes 25 al 30/04       | Planteamiento del tema   |
| Quinta                           | Lunes 02 al 07/05       | Elaboración de justificación   |
| Sexta                            | Lunes 09 al 14/05       | Planteamiento de objetivo general y objetivos específicos  |
| Séptima                          | Lunes 16 al 21/05       | Elaboración del marco institucional y marco teórico.   |
| Octava                           | Lunes 23 al 28/05       |  |
| Novena                           | Lunes 30/05 al 04/06    | Elaboración del diseño metodológico:<br>Metodologías y técnicas a ser utilizadas en la investigación.  |
| Décima                           | Lunes 06 al 11/06       | Determinación de la muestra, recursos, y bibliografía.   |
| Décima primera                   | Sábado 18/06            | Presentación del proyecto ante el Vicerrectorado Académico con la petición para su aprobación en su orden: Carátula, problema, terna, justificación, objetivos: general y específicos, marco institucional, marco teórico, metodología, recursos, cronograma y bibliografía. La presentación la hace en un solo grupo el tutor del grupo.  |
| Décima segunda<br>Décima tercera | Lunes 20/06 al 09/07    | Mientras se aprueban los temas, los directores y estudiantes   |

|                  |                      |  |
|------------------|----------------------|--|
| Décima cuarta    |                      | deben continuar el proceso dado que los temas atienden a líneas de investigación determinadas con anticipación.<br>Investigación de campo: Diseño y aplicación de encuesta y/o entrevista, observaciones de campo.<br>Tabulación y elaboración de gráficas, análisis cuantitativo y cualitativo                |
| Décima quinta    | Lunes 11 al 16/07    | Desarrollo de investigación y propuesta de acción  |
| Décima sexta     | Lunes 18 al 23/07    | Desarrollo de investigación y propuesta de acción  |
| Décima séptima   | Lunes 25 al 30/07    | Desarrollo de investigación y propuesta de acción  |
| Décima octava    | Lunes 01 al 06/08    | Desarrollo de investigación y propuesta de acción  |
| Décima novena    | Lunes 15 al 20/08    | Desarrollo de investigación y propuesta de acción  |
| Vigésima         | Lunes 22 al 27/08    | Desarrollo de investigación y propuesta de acción  |
| Vigésima primera | Lunes 29/08 al 03/09 | Desarrollo de investigación y propuesta de acción  |
| Vigésima segunda | Lunes 05 al 10/09    | Desarrollo de investigación y propuesta de acción  |
| Vigésima tercera | Lunes 12 al 17/09    | Desarrollo de investigación y propuesta de acción  |
| Vigésima cuarta  | Lunes 19 al 24/09    | Elaboración de conclusiones y recomendaciones y levantamiento del documento final del borrador de proyecto de investigación.   |
| Vigésima quinta  | Lunes 26/09 al 01/10 | Revisión integral del proyecto<br>Revisión del esquema de la investigación en base al Manual de Titulación del ITSS, impresión de certificados varios y documentos legales solicitados en el Manual ITSS y Secretaría del ITSS, revisión y legalización por parte del director (firmas), impresión y anillado. |
| Vigésima sexta   | Viernes 07 y 08/10   | Entrega de borradores de proyectos de investigación de fin de carrera según el horario que secretaria ITSS indique en sus correos institucionales y al Academicok ISTS.  |

**Nota:** Secretaría ISTS

## Certificación de aprobación del proyecto



VICERRECTORADO ACADÉMICO

Loja, 20 de Julio del 2022  
Of. N° 175 -VDIN-ISTS-2022

Sr.(ita). HIDALGO ONTANEDA JHULISSA ALEJANDRA  
**ESTUDIANTE DE LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO CON NIVEL EQUIVALENTE A  
TECNOLOGÍA SUPERIOR**  
Ciudad

De mi consideración:

Por medio de la presente me dirijo a ustedes para comunicarles que una vez revisado el anteproyecto de investigación de fin de carrera de su autoría titulado **PRODUCCIÓN FOTOGRÁFICA PARA DAR A CONOCER LOS LUGARES TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE LOJA DURANTE EL PERÍODO ABRIL- SEPTIEMBRE 2022**, el mismo cumple con los lineamientos establecidos por la institución; por lo que se autoriza su realización y puesta en marcha, para lo cual se nombra como director de su proyecto de fin de carrera (el/la) **TECNOLOGÍA EDWIN FABRICIO CHUICO MEDINA**.

Particular que le hago conocer para los fines pertinentes.

Atentamente,

Ing. Germán Patricio Villamarín Coronel Mgs.  
VICERRECTOR DE DESARROLLO E INNOVACION DEL ISTS



**Certificación del proyecto**

Loja, 02 de noviembre del 2022

Tlgo. Edwin Fabricio Chuico Medina

**DIRECTOR DE INVESTIGACIÓN****CERTIFICA:**

Que la Srta. Jhulissa Alejandra Hidalgo Ontaneda con CI: 1104696743 estudiante de la carrera de Diseño Gráfico del Instituto Tecnológico Superior Sudamericano ha venido desarrollando el proyecto de investigación fin de carrera “Producción fotográfica para a dar a conocer los lugares turísticos de la ciudad de Loja Periodo Abril-Septiembre 2022” que ha sido revisado, aprobado y se encuentra con un 100% de su cumplimiento e implementación, a continuación se adjuntó los insumos de la propuesta de acción.

- Artes para redes
- Fotografías
- Banner

Sin otro particular que indicar, autorizo su entrega.

f. \_\_\_\_\_

Tlgo Edwin Fabricio Chuico Medina

**TUTOR PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DG - ISTS**

## Certificación de Abstract



CERTF. N°. 013-VH-ISTS-2022  
Loja, 20 de Octubre del 2022

El suscrito, Lic. Viviana Thalía Huachizaca Pugo, Mgs., **DOCENTE DEL ÁREA DE INGLÉS - CIS DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO "SUDAMERICANO"**, a petición de la parte interesada y en forma legal,

### CERTIFICA:

Que el apartado **ABSTRACT** del Proyecto de Investigación de Fin de Carrera de La señorita HIDALGO ONTANEDA JHULISSA ALEJANDRA estudiante en proceso de titulación periodo Abril – Noviembre 2022 de la carrera de DISEÑO GRÁFICO; está correctamente traducido, luego de haber ejecutado las correcciones emitidas por mi persona; por cuanto se autoriza la presentación dentro del empastado final previo a la disertación del proyecto.

Particular que comunico en honor a la verdad para los fines académicos pertinentes.

**English is a piece of cake!**

  
Checked by  
Lic. Viviana Huachizaca  
EFL Professor

Lic. Viviana Thalía Huachizaca Pugo, Mgs.  
**DOCENTE DEL ÁREA DE INGLÉS ISTS - CIS**

## Formato de encuesta



### 1) ¿Conoce usted los lugares turísticos más representativos de la ciudad de Loja?

Sí ( )

No ( )

### 2) ¿De los siguientes lugares turísticos de la ciudad de Loja cuales ha visitado?

Puerta de la ciudad ( )

Plaza Parque Central ( )

Catedral de Loja ( )

Calle Lourdes ( )

Parque Jipiro ( )

Museo de Historia y cultura Lojana (Banco Central) ( )

Parque Eólico Villonaco ( )

Parque Simón Bolívar ( )

Museo de la música ( )

Iglesia San Sebastián ( )

Iglesia de Santo Domingo ( )

Iglesia San Francisco ( )

Otro..... ( )

### 3) ¿Ha conocido usted el potencial turístico de un sector a través de una galería fotográfica?

Sí ( )

No ( )

**4) ¿Conoce usted de alguna campaña publicitaria en la que se dé a conocer los lugares turísticos de nuestra ciudad?**

Sí ( )

No ( )

**5) ¿Considera oportuno la promoción de los lugares turísticos de nuestra ciudad, a través de una galería fotográfica?**

Sí ( )

No ( )

**6) ¿Cuáles son los medios considera usted funcionarían para promocionar los lugares turísticos de la ciudad de Loja?**

Prensa ( )

Radio ( )

Televisión ( )

Redes Sociales ( )

**7) Para la presentación de la galería fotográfica usted preferiría que se realice a través de:**

Exposición fotográfica al público ( )

Redes sociales ( )

Sitio Web ( )

**8) ¿Cuáles de las siguientes redes sociales usa con mayor frecuencia?**

Facebook ( )

Instagram ( )

Twitter ( )

## Formato de entrevista



INSTITUTO TECNOLÓGICO  
**SUDAMERICANO**  
*Hacemos gente de talento!*



**DISEÑO GRÁFICO**  
TECNOLOGÍA SUPERIOR

- 1) **¿Considera usted que Loja posee atractivos turísticos, tanto naturales como culturales?**
  
- 2) **¿Considera usted que las personas que visitan Loja se sienten interesados por conocer cada atractivo que ofrece nuestra ciudad?**
  
- 3) **¿Cuál considera usted de los atractivos turísticos llame más la atención de nuestra ciudad?**
  
- 4) **¿Conoce usted o sabe el motivo por el bajo turismo que enfrenta la ciudad de Loja?**
  
- 5) **¿Cree usted que con la fotografía se llegue a difundir el turismo de Loja?**

## Formato de Declaración Juramentada

### DECLARACIÓN JURAMENTADA

Loja, .... de ..... del 202..

Nombres:

Apellidos:

Cédula de Identidad:

Carrera:

Semestre de ejecución del proceso de titulación:

Tema de proyecto de investigación de fin de carrera con fines de titulación:

En calidad de estudiante del Instituto Tecnológico Superior Sudamericano de la ciudad de Loja;

Declaro bajo juramento que:

- 1. Soy autor del trabajo intelectual y de investigación del proyecto de fin de carrera.
- 2. El trabajo de investigación de fin de carrera no ha sido plagiado ni total ni parcialmente, para
- la cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.
- 3. El trabajo de investigación de fin de carrera presentada no atenta contra derechos de terceros.

- 4. El trabajo de investigación de fin de carrera no ha sido publicado ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 5. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados. Las imágenes, tablas, gráficas, fotografías y demás son de mi autoría; y en el caso contrario aparecen con las correspondientes citas o fuentes.

Por lo expuesto; mediante la presente asumo frente al INSTITUTO cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido del trabajo de investigación de fin de carrera.

En consecuencia, me hago responsable frente al INSTITUTO y frente a terceros, de cualquier daño que pudiera ocasionar al INSTITUTO o a terceros, por el incumplimiento de lo declarado o que pudiera encontrar causa en el trabajo de investigación de fin de carrera presentada, asumiendo todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse de ello.

Asimismo, por la presente me comprometo a asumir además todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para EL INSTITUTO en favor de terceros por motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido del trabajo de investigación de fin de carrera.

De identificarse fraude, piratería, plagio, falsificación o que el trabajo de investigación haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente dispuesta por la LOES y sus respectivos reglamentos y del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de la ciudad de Loja.

Firma:

Nro. Cédula

## **Acta de cesión de derechos**

### **ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DE FIN DE CARRERA**

Conste por el presente documento la Cesión de los Derechos de proyecto de investigación de fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA. - Por sus propios derechos; el Ing. Luis Antonio Rodríguez Ortiz, en calidad de Director del proyecto de investigación de fin de carrera; y, Marco Esteban Ramos Torres, en calidad de autor del proyecto de investigación de fin de carrera; mayores de edad emiten la presente acta de cesión de derechos

SEGUNDA. - Marco Esteban Ramos Torres, realizó la Investigación titulada “Diseño de una página web para los alumnos de quinto año de educación básica en el área de ciencias naturales de la Unidad Educativa Miguel Riofrío durante el año 2021”; para optar por el título de Tecnólogo en Sistemas de Automatización, en el Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de Loja, bajo la dirección del Ing. Luis Antonio Rodríguez Ortiz.

TERCERA. - Es política del Instituto que los proyectos de investigación de fin de carrera se apliquen y materialicen en beneficio de la comunidad.

CUARTA.- Los comparecientes Ing. Luis Antonio Rodríguez Ortiz, en calidad de Director del proyecto de investigación de fin de carrera y Marco Esteban Ramos Torres como autor, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos de proyecto de investigación de fin de carrera titulado “Diseño de una página web para los alumnos de quinto año de educación básica en el área de ciencias naturales de la Unidad Educativa Miguel Riofrío durante el año 2021” a favor del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de Loja; y, conceden autorización para que el Instituto pueda utilizar esta investigación en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

QUINTA. - Aceptación. - Las partes declaran que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derechos. Para constancia suscriben la presente cesión de derechos, en la ciudad de Loja, en el mes de \_\_\_\_\_ del año 202\_\_.

.....

DIRECTOR

C.I.

.....

AUTOR

C.I.

## Evidencia fotográfica

### Figura 39

Evidencia fotográfica de la visita al Museo Historia y Cultura



*Nota:* Hidalgo (2022)

### Figura 40

Evidencia fotográfica de la visita al Museo de la Música



*Nota:* Hidalgo (2022)

**Figura 41**

Evidencia fotográfica de la visita a la Iglesia Santo Domingo



*Nota:* Hidalgo (2022)

**Figura 42**

Evidencia fotográfica de la visita a la Catedral



*Nota:* Hidalgo (2022)

**Figura 43**

Evidencia fotográfica de la visita a la Iglesia San Francisco



*Nota:* Hidalgo (2022)

**Figura 44**

Evidencia fotográfica de la visita a la Puerta de la Ciudad



*Nota:* Hidalgo (2022)

**Figura 45**

Evidencia fotográfica de la visita al Parque Jipiro



*Nota:* Hidalgo (2022)

**Figura 46**

Evidencia fotográfica de la visita al parque Jipiro



*Nota:* Hidalgo (2022)

**Figura 47**

Evidencia fotográfica de la visita del Parque Villonaco



*Nota:* Hidalgo (2022)

**Figura 48**

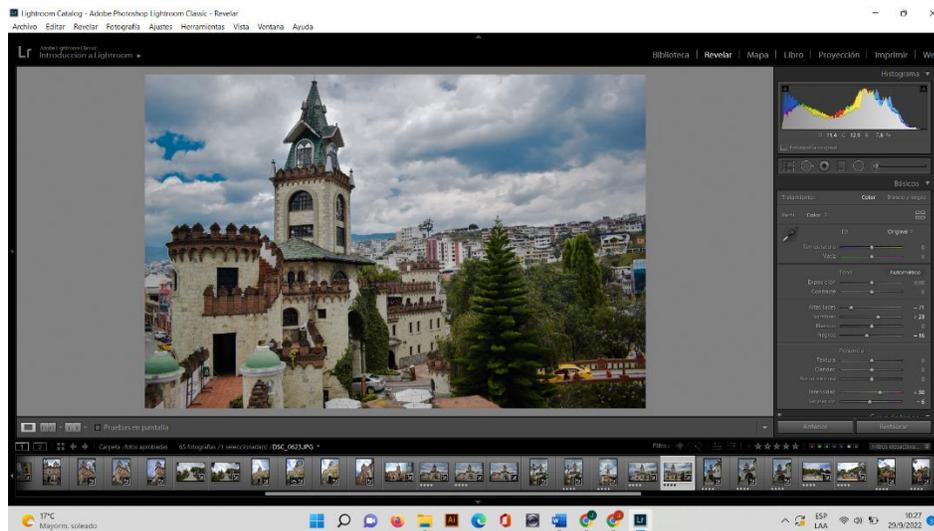
Evidencia fotográfica de la visita de la plaza parque central de Loja



*Nota.:* Hidalgo (2022)

### Figura 49

Evidencia de edición de fotos



Nota: Hidalgo (2022)

### Figura 50

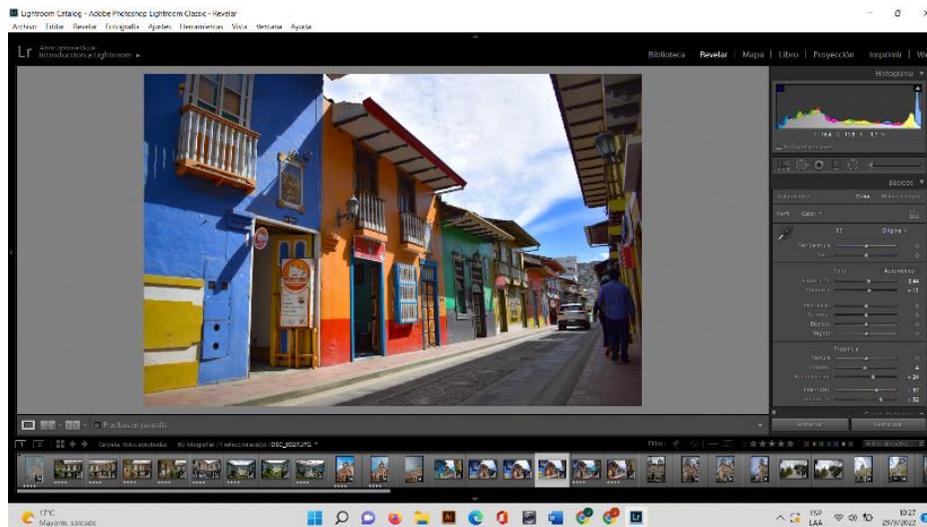
Evidencia de edición de fotos



Nota: Hidalgo (2022)

## Figura 51

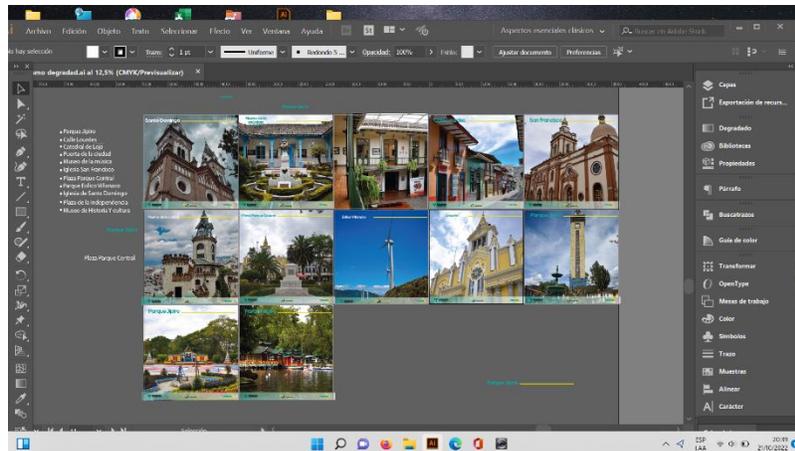
Evidencia de edición de fotos



*Nota:* Hidalgo (2022)

## Figura 52

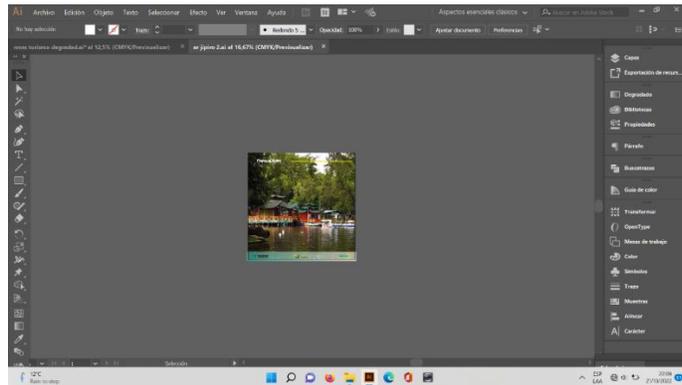
Evidencia de diseño de artes para redes sociales



*Nota:* Hidalgo (2022)

### Figura 53

Evidencia de diseño de artes para redes sociales



*Nota:* Hidalgo (2022)

### Figura 54

Evidencia



*Nota:* Hidalgo (2022)

### Figura 55

Evidencia



*Nota:* Hidalgo (2022)

**Figura 55**

Evidencia

*Nota:* Hidalgo (2022)