



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

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

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

Informe de investigación previo a la obtención del título de Licenciada en Diseño Gráfico

TITULO DE LA INVESTIGACIÓN

**POSICIONAMIENTO DEL TURISMO ORNITOLÓGICO EN LA PROVINCIA DE
MORONA SANTIAGO POR MEDIO DEL DISEÑO DE EXPERIENCIAS**

AUTORA:

Liseth Daniela Rubio Molina

TUTOR:

Lic. José Rafael Salguero Rosero MSc.

Riobamba - Ecuador

Año 2020

REVISIÓN DEL TRIBUNAL

Los miembros del tribunal de graduación del proyecto de investigación:

“POSICIONAMIENTO DEL TURISMO ORNITOLÓGICO EN LA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO POR MEDIO DEL DISEÑO DE EXPERIENCIAS”,

presentado por Liseth Daniela Rubio Molina y dirigido por MSc. José Rafael Salguero Rosero.

Una vez revisado el informe final del proyecto de investigación con fines de graduación escrito, en el cual se ha constatado el cumplimiento de las observaciones realizadas, remite el presente para uso y custodia en la biblioteca de la Facultad de Ciencias de la Educación, Humanas y Tecnologías de la Universidad Nacional de Chimborazo.

Para constatar lo expuesto firman:

MSc. William Quevedo
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



FIRMA

MSc. Rafael Salguero
TUTOR



FIRMA

MSc. Mariela Samaniego
MIEMBRO DEL TRIBUNAL



FIRMA

MSc. Jorge Ibarra
MIEMBRO DEL TRIBUNAL
Declaración



FIRMA

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Certifico que el trabajo de investigación, previo a la obtención del **TÍTULO DE GRADO DE LICENCIADO DE DISEÑO GRÁFICO**; con el tema: **“POSICIONAMIENTO DEL TURISMO ORNITOLÓGICO EN LA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO POR MEDIO DEL DISEÑO DE EXPERIENCIAS”**, el cual ha sido elaborado por: Liseth Daniela Rubio Molina, mismo que ha sido revisado y analizado en su totalidad bajo el asesoramiento de mi persona en calidad de tutor, sugiriendo proseguir con el trámite pertinente para su sustentación.

Es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.

Atentamente:



MSc. José Rafael Salguero

TUTOR DE TESIS



CERTIFICACIÓN

Que, **RUBIO MOLINA LISETH DANIELA** con CC: **1401189111**, estudiante de la Carrera de **DISEÑO GRÁFICO**, Facultad de **CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN, HUMANAS Y TECNOLOGÍAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "**POSICIONAMIENTO DEL TURISMO ORNITOLÓGICO EN LA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO POR MEDIO DEL DISEÑO DE EXPERIENCIAS**", que corresponde al dominio científico **HUMANIDADES Y ARTES** y alineado a la línea de investigación **CULTURA VISUAL**, cumple con el 0%, reportado en el sistema anti plagio **URKUND**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 12 de Febrero de 2020

MSc. Rafael Salguero
TUTOR

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

YO, Liseth Daniela Rubio Molina, portadora de la cédula de identidad N° 1401189111, declaro bajo juramento ser responsable de las ideas, propuestas y los resultados planteados en este trabajo de investigación, el cual no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional, en el cual se ha consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Declaro que derecho de propiedad intelectual del mismo pertenece a la Universidad Nacional De Chimborazo, según lo establecido por la ley de propiedad intelectual y la normativa vigente.

Liseth Daniela Rubio Molina

C.I.: 1401189111

AGRADECIMIENTO

A mi tutor José Rafael Salguero, quien me ha guiado en todo este proceso de titulación desde el inicio, con la mejor voluntad y compartiendo su valioso conocimiento conmigo. A todos quienes fueron mis profesores a lo largo de mi carrera, los que me han permitido llegar hasta aquí.

A Galo Real, Patricio Estrella, Fabricio Peñaranda, Glenda Pozo, Jorge Brito y Verónica Murillo, por haberme ayudado desinteresadamente en mi investigación en busca del conocimiento, por ser personas entregadas a su trabajo y llenas de generosidad y amor por la naturaleza. Gracias a ellos he aprendido a mirar el mundo desde otra perspectiva y a valorar cada día más la vida.

Estaré eternamente agradecida con todas y cada una de las personas que me han ayudado a cumplir mis metas y crecer como persona.

DEDICATORIA

A mis padres Elsa Molina y José Rubio y a mi hermana Mayra Rubio, por su apoyo, amor y respeto. Me han ayudado a avanzar cada día y a no rendirme ante las adversidades que se me presenten, han estado conmigo en cada paso que he dado y nunca me dejaron rendirme incluso en los más duros momentos. Siento un inmenso amor y gratitud en mi corazón al tenerlos en mi vida, gracias a ellos soy lo que soy.

Liseth Daniela Rubio Molina

INDICE GENERAL

REVISIÓN DEL TRIBUNAL	II
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	III
CERTIFICADO DEL PLAGIO	IV
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN	V
AGRADECIMIENTO	VI
DEDICATORIA.....	VII
INDICE GENERAL.....	VIII
ÍNDICE DE TABLAS.....	XII
RESUMEN.....	XV
ABSTRACT	XVI
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	2
1. Planteamiento del problema	2
1.1 Problema.....	2
1.2 Justificación	4
1.3 Objetivos.....	5
1.3.1 Objetivo general	5
1.3.2 Objetivos específicos.....	5
CAPÍTULO II.....	6
2. Marco Teórico	6
2.1 Posicionamiento turístico	6

2.2	Formas de turismo	7
2.3	Ecoturismo.....	7
2.4	Tipos de turistas que acuden a los avistamientos de aves	9
2.5	Ornitoturismo.....	9
2.5.1	Importancia del ornitoturismo	10
2.5.2	Historia del ornitoturismo en Ecuador.....	10
2.5.3	Origen del conteo navideño de aves	11
2.5.4	Conteo navideño en Morona Santiago.....	12
2.5.5	Tipología de aves en Ecuador.....	13
2.5.6	Aves en la amazonía	13
2.5.8	Grados de sensibilidad de las aves	16
2.6	Diseño de experiencias	16
2.6.1	Qué es el diseño de experiencias	16
2.6.2	Importancia del diseño de experiencias.....	17
2.7	La experiencia en diferentes ámbitos	18
2.7.1	La experiencia del usuario.....	18
2.7.2	La experiencia del diseñador	18
2.7.3	Claves del diseño de experiencias	19
2.7.4	Experiencia del usuario en el diseño del producto	20
2.7.5	Proceso del diseño de experiencia de usuario	21
2.8	Diseño de experiencias orientado al aviturismo	21
2.8.1	Incentivar el aviturismo por medio del diseño de experiencias.....	22

CAPÍTULO III	23
3. Marco metodológico.....	23
3.1 Metodología.....	23
3.1.1 Método Inductivo	23
3.1.2 Observación científica	23
3.2 Tipo y diseño de investigación	23
3.2.1 Cualitativo	23
3.2.2 Correlacional	24
3.2.3 Descriptiva ecológica	24
3.3 Nivel de Investigación	24
3.3.1 Explorativo	24
3.3.2 Descriptivo.....	24
3.4 Método proyectual.....	25
3.5 Población y Muestra	25
3.5.1 Población de estudio	25
3.5.2 Tamaño de muestra.....	25
3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	26
3.6.1 Entrevista	26
3.6.2 Encuesta.....	26
3.6.3 Guía de observación	27
3.7 Técnicas de análisis e interpretación de la información	27

CAPÍTULO IV	28
4. Resultados y discusión.....	28
4.1.2 Guía de observación	38
4.1.3 Entrevista	45
CAPITULO V	46
5. Ejecución del proyecto	46
5.1 Etapa 1 - Investigación	46
5.2 Etapa 2 - Organización	53
5.3 Etapa 3 - diseño	55
5.4 Etapa 4 – Prueba	62
5.5 Brief creativo	63
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	72
Conclusiones.....	72
Recomendaciones	73
BIBLIOGRAFÍA	74
ANEXOS	XVII

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Formas de turismo según el ámbito geográfico	7
Tabla 2. Cantidad de especies por provincias en la región amazónica	13
Tabla 3. Grados de sensibilidad de las aves	16
Tabla 4. Características de la experiencia del usuario	20
Tabla 5. Etapas del diseño de experiencias	21
Tabla 6. ¿Cree que exista una forma de turismo que genere ingresos y ayude a preservar la naturaleza?.....	28
Tabla 7. si existiese una actividad en la provincia que genere ingresos ¿estaría dispuesto a apoyarla?	29
Tabla 8. ¿Realiza usted algún tipo de turismo?.....	30
Tabla 9. ¿Cree usted que motivar a los turistas tanto nacionales como internacionales a visitar la provincia genere ingresos?	31
Tabla 10. ¿Ha escuchado hablar del conteo navideño de aves en Morona Santiago?	32
Tabla 11. Si usted pudiese asistir a un evento gratuito que ayude a promover el turismo y preservación de la naturaleza ¿lo haría?.....	33
Tabla 12. ¿Cuántas especies de aves conoce usted dentro de la provincia de Morona Santiago?	34
Tabla 13. Al final de un evento ¿Qué es lo que más recordará?	35
Tabla 14. Si pudiese recibir un souvenir al final de un evento de aviturismo ¿Qué le gustaría obtener?	36
Tabla 15. ¿Cree que un buen diseño ayude a promocionar adecuadamente un evento de aviturismo?	37
Tabla 16. Ficha de observación, diseño de experiencias.....	38
Tabla 17. Ficha de observación, diseño de experiencias.....	41

Tabla 18. Ficha de observación, diseño de experiencias.....	43
Tabla 19. Matriz FODA	49
Tabla 20. Aves elegibles para formar parte de la marca	56
Tabla 21. Nombre para marca y ave elegidas	57
Tabla 22. Mercado y Competencia	65
Tabla 23. Análisis de benchmarking	66
Tabla 24. Target	67

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Tipos de aves según su función	15
Figura 2. Claves del diseño de experiencias.	19
Figura 3. ¿Cree que exista una forma de turismo que genere ingresos y ayude a preservar la naturaleza?.....	28
Figura 4. ¿Si existiese una actividad que incremente el turismo en la provincia estaría dispuesto a apoyarla?	29
Figura 5. ¿Realiza usted algún tipo de turismo?	30
Figura 6. ¿Cree usted que motivar a los turistas tanto nacionales como internacionales a visitar la provincia genere ingresos?	31
Figura 7. ¿Ha escuchado hablar del conteo navideño de aves en Morona Santiago?	32
Figura 8. Si usted pudiese asistir a un evento gratuito que ayude a promover el turismo y preservación de la naturaleza ¿lo haría?.....	33
Figura 9. ¿Cuántas especies de aves conoce usted dentro de la provincia de Morona Santiago?	34
Figura 10. Al final de un evento ¿Qué es lo que más recordará?.....	35

Figura 11. Si pudiese recibir un souvenir al final de un evento de aviturismo ¿Qué le gustaría obtener?	36
Figura 12. ¿Cree que un buen diseño ayude a promocionar adecuadamente un evento de aviturismo?	37
Figura 13. Perfiles de usuarios	48
Figura 14. Afiche de conteo navideño 2016	50
Figura 15. Afiche de conteo navideño 2017	51
Figura 16. Afiche de conteo navideño 2018	51
Figura 17. Diseño de camisetas de años anteriores	52
Figura 18. Bocetos	58
Figura 19. Marca mutante imagotipo	58
Figura 20. Prototipo del manual	60
Figura 21. Prototipo de afiches	60
Figura 22. Prototipo de dummies	61
Figura 23. Prototipo de souvenir, camiseta	61
Figura 24. Prototipo señalética desmontable	62



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN, HUMANAS Y

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

“POSICIONAMIENTO DEL TURISMO ORNITOLÓGICO EN LA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO POR MEDIO DEL DISEÑO DE EXPERIENCIAS”

RESUMEN

El turismo ornitológico es una de las pocas tendencias que benefician al medio ambiente, hace veinte y cinco años llegó a Ecuador y es muy poco conocido. A pesar de su gran aporte tanto económico como ecológico, son pocas las personas que conocen esta actividad y aún menos quienes saben del conteo navideño de aves que se realiza cada año a nivel mundial. Por esta razón, se ha propuesto generar un método que promueva y de realce a esta actividad, tal como lo es la promoción del evento conteo navideño de aves a través del diseño de experiencias, el mismo que se basa en proporcionar una experiencia agradable al usuario, conectándolo con el producto o servicio a ofrecer y de esta manera generar un vínculo, el diseñador busca captar la atención del público objetivo por medio de los sentidos, ofreciéndole desde el primer encuentro una sensación agradable y generar iniciativa en ser parte del conteo navideño de aves. Este proyecto contribuye al crecimiento económico de la provincia de Morona Santiago. al mismo tiempo que genera conciencia medioambiental.

Palabras clave: turismo ornitológico, diseño de experiencias, conteo navideño, promoción, experiencia, medio ambiente.

ABSTRACT

Ornithological Tourism is one of the few tendencies that benefit the environment, twenty-five years ago, it started practicing in Ecuador and is very little known. In spite of your great economic contribution and ecological, there are few people that know this activity and still less those who know about the Christmas count of birds that comes every year worldwide. For this reason, it intended to generate a method that promotes and enhancing to this activity, just as the promotion of the event is Christmas count of birds through the design of experiences, the same one that is based on giving a pleasant experience to itself the user, connecting with the product or service to make an offer and this way generating a link, the designer seeks to catch the target audience by means of the senses' attention, offering from the first encounter a pleasant sensation and to generate initiative in being a part of the Christmas count of birds. This project contributes to the economic growth of the Morona Santiago Province, at the same time that generates environmental conscience.

Keywords: ornithological tourism, experience design, Christmas counting, promotion, experience, environment.



Reviewed by: Chávez, Maritza

Language Center Teacher



INTRODUCCIÓN

El turismo ornitológico es un tipo de turismo que nos saca de nuestra zona de confort, permitiéndonos movilizarnos a otros lugares para observar aves silvestres en su habitat natural. Crea conciencia y cambia la mentalidad de manera positiva, enseñando a amar y valorar la naturaleza, poco a poco quienes practican este tipo de turismo adquieren conciencia ambiental no solo con las aves sino con el planeta. En Ecuador se puede apreciar varias especies de aves en todo el territorio nacional, lo que facilita la promoción del turismo ornitológico.

Las aves son criaturas de gran importancia, cumplen varias funciones vitales, son hermosas y fuente de deleite a nuestros ojos. Proponer un cambio positivo y reconocimiento del aviturismo por medio del diseño de experiencias es la meta propuesta en este proyecto de investigación, generar una sensación satisfactoria en el público objetivo y sembrar la iniciativa por volver el próximo año a vivir la misma experiencia.

Las experiencias que vive un ser humano con respecto a un servicio son una clave importante al momento de crear propuestas, si un aviturista está satisfecho volverá y traerá consigo más visitantes, haciendo así crecer el nicho turístico, beneficiando así a la ciudad de Macas y al medio ambiente .

El diseño de experiencias está enfocado en generar una sensación satisfactoria en el usuario con respecto a un servicio o producto.

CAPÍTULO I

1. Planteamiento del problema

1.1 Problema

Ecuador es considerado el tercer país con más diversidad avifaunística del mundo, cuenta con 1891 especies de aves, por ser un país pequeño y con tal cantidad de ejemplares es uno de los lugares más adecuados para el turismo ornitológico. El Ministerio de Turismo del Ecuador, posiciona el turismo ornitológico como un segmento clave de turismo de Naturaleza ya que provoca bajo impacto ambiental, y genera conciencia para la conservación de los bosques. Es una actividad sostenible y los beneficios económicos son altos, el turista nacional y extranjero puede disfrutar de lugares con características únicas e incomparables en bosques cercanos y de fácil acceso.

La provincia de Morona Santiago tiene muchas zonas naturales, en las que destaca la variedad de aves que se puede encontrar. Debido a que la provincia tiene una riqueza avifaunística notoria se ha creado un evento llamado “conteo navideño de aves” que ocurre durante el mes de diciembre, al cual acuden biólogos certificados, turistas y aficionados, que desean promover el cuidado de las aves y la preservación de la naturaleza, en el cual se logra conocer las variadas especies de aves en su entorno natural. El conteo es realizado por parte de un profesional quien mediante la información que posee va reconociendo la especie y explicando a los visitantes lo que observan al momento.

Surge un problema al ver la poca acogida que tiene el evento a nivel provincial, en comparación con otras provincias que han logrado posicionarse como nichos turísticos específicamente en aviturismo. Se deja ver la falta de interés de los turistas y de la misma comunidad por conocer las maravillas que la naturaleza ofrece, desvalorizando la riqueza avifaunística de la zona.

La falta de ingresos por medio del turismo a la provincia es notoria, ya que al no haber flujo de turistas y no ser una provincia reconocida como turística las ganancias en restaurantes, hoteles y agencias de turismo son bajas, es contradictorio que siendo una provincia tan rica en recursos naturales no se la reconozca ni promocióne adecuadamente.

El problema radica en la administración de los gobiernos provinciales, los cuales no han logrado ubicar al turismo como una fuente efectiva de ingresos, la falta de apoyo hacia las organizaciones encargadas del evento conteo navideño de aves es alarmante y notoria, las estrategias de marketing, comunicación y publicidad no han logrado posicionar la provincia como turística, dejando salir a flote la latente necesidad de promoción y publicidad efectiva.

El diseño de experiencias, permite generar en el cliente sensaciones positivas con respecto al servicio que recibe influenciando su comportamiento de consumo, los proveedores de servicios se encargan de hacer vivir al usuario una experiencia excepcional. Este tipo de diseño se basa en la identificación de comportamiento del usuario, enfatizando en las emociones al momento de interactuar con un producto o adquirir un servicio.

Se debe considerar importante en el diseño de experiencias la relación en conjunto entre ambiente, diseño del producto y atención al cliente, este valor experiencial puede ser distribuido de diversas maneras tales como entretenimiento, educación, actitud emocional, etc. Basándose siempre en las necesidades del usuario como aspiraciones, sentimientos, limitaciones y perspectivas.

1.2 Justificación

La presente investigación desea ofrecer un concepto de turismo basado en la experiencia del usuario, que permita posicionar a la provincia de Morona Santiago como provincia turística, incrementando sus ingresos económicos por medio una estrategia efectiva utilizando los recursos del diseño de experiencias.

Existe un campo no explotado apropiadamente en la provincia de Morona Santiago, el turismo ornitológico llamado también aviturismo, que es uno de los tipos de turismo más respetuosos con el medio ambiente, promoverlo generaría ingresos por parte de turistas nacionales e internacionales, al mismo tiempo que incrementaría la conciencia medioambiental.

Por medio del diseño de experiencias se desea presentar una nueva forma de promoción al evento conteo navideño de aves que se realiza cada año a nivel nacional y que en la provincia de Morona Santiago es casi desconocido, el público objetivo elegido es la población de la ciudad de Macas quienes deberían conocer y vivir el evento.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

- Proponer el diseño de experiencias como recurso de posicionamiento para la propuesta de turismo ornitológico, llamado “conteo navideño de aves” en la provincia de Morona Santiago.

1.3.2 Objetivos específicos

- Diagnosticar el estado actual del turismo ornitológico mediante investigación bibliográfica y observación participativa.
- Construir el perfil de usuario del turista utilizando criterios geográficos y psicográficos.
- Definir el brief creativo direccionándolo al público objetivo.
- Modelar la propuesta de diseño para el público seleccionado.

CAPÍTULO II

2. Marco Teórico

2.1 Posicionamiento turístico

Considerado también como marketing de posicionamiento, desea ubicar un segmento turístico como un destino deseado, teniendo en cuenta la sostenibilidad económica y ecológica enfocada a segmentos de demanda que pudiesen estar interesados en su consumo, dando un valor turístico a un lugar en específico. Crear un ambiente de seguridad para los turistas es indispensable, la confianza y tranquilidad de que su viaje será placentero y seguro es lo que hace que un turista no dude al momento de trasladarse a un sitio turístico, a parte de las maravillas que pudiese ofrecer.

Según (Trigueiro, 1999) “la función del marketing turístico se basa en identificar los segmentos de mercado, lograr promover el desarrollo de productos turísticos y proporcionar a los posibles turistas información adecuada acerca de los productos ofrecidos”.

En la actividad turística de un lugar en específico se debe considerar la satisfacción de clientes externos como internos. Los clientes internos evalúan la actividad turística en su comunidad y notan los beneficios que obtienen, integrándose de manera activa para generar un desarrollo sustentable tanto para su beneficio como el del lugar en el que habitan.

2.2 Formas de turismo

Tabla 1. Formas de turismo según el ámbito geográfico.

Turismo Nacional	Los viajes que realizan personas nacidas y residentes de un país, dentro de su territorio, también es conocido como como turismo interior, interno o doméstico.
Turismo Internacional	Está construido por dos aspectos, el receptivo y el emisivo, el primero representa a los extranjeros que visitan una nación distinta a la que pertenecen y el segundo representa a los residentes extranjeros de un país que viajan fuera de su territorio.
Turismo Intrarregional	Se conoce de esta manera al turismo que realizan las personas en una región determinada, sin salir de ese territorio.

Fuente: (ICT, 2017) **Autoría:** Rubio, D. (2019)

2.3 Ecoturismo

Con el paso de los años se ha ido conociendo más tipos de turismos, entre ellos el ecoturismo, el cual permite disfrutar de la naturaleza sin dañarla y tiene varias opciones que aportan al desarrollo, en un país como Ecuador en un campo que tiene demasiadas oportunidades de crecer.

“Es una modalidad turística de ambiente responsable, donde se viaja constantemente a áreas naturales relativamente sin perturbar la zona, con la finalidad de disfrutar y estudiar los atractivos locales de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural que se conserve como un proceso que promueva la conservación de la zona para el bajo impacto ambiental, donde se propicie involucrar el activo socioeconómico a beneficio de las poblaciones locales”. (Izco, 2004)

Beneficiar económicamente a las comunidades locales por medio de una actividad con bajo impacto ambiental, es una manera eficaz de promover el turismo, sin perjudicar el ecosistema ni las áreas naturales.

Según (Bringas Rábago & Ojeda Revah, 2000) “el ecoturismo es un entorno natural, enfocado en la época intentando reducir el impacto ambiental, creando conciencia y respeto hacia la naturaleza, desarrollando también experiencias recíprocas y positivas en el turista.” (p.138).

El respeto por la naturaleza demuestra la capacidad de valorar áreas naturales, y observarlas sin necesidad de dañarlas, un turista sabe que debe respetar el medio ambiente y cuidar de la mejor manera cada lugar que visita.

Para (Lopez Roig, 2008)“la conservación y el medio ambiente se han convertido en un valor al alza entre las preferencias del turista, influyendo en el proceso de elección del destino. Este aspecto refleja unos valores medioambientales y culturales más elevados de los consumidores” (p. 23).

El ecoturismo destaca por ser un turismo que beneficia al medio ambiente y crea conciencia en quienes lo practican, al mismo tiempo que logra promover las visitas a lugares únicos de un territorio en específico sin dañar la naturaleza. Bien se sabe que en los últimos años el ecoturismo puede ser una actividad clave y una gran alternativa económica para el futuro del Ecuador, debido que beneficia en gran manera a las poblaciones locales y a las áreas protegidas que se visitan. Es una estrategia en la cual los recursos naturales son utilizados como áreas turísticas sin causar daño al entorno natural, siendo implementada de modo flexible.

2.4 Tipos de turistas que acuden a los avistamientos de aves

Mayormente quienes acuden a los avistamientos de aves son jubilados, ornitoturistas y biólogos, ya que están interesados en el medio ambiente, disfrutan salir de los ambientes cerrados que hay en la ciudad y valoran la naturaleza. Aunque la promoción del aviturismo es muy poca y no es asertiva, dar a conocer el valor ecológico de las aves ayudaría a preservar y evitar la destrucción latente de los bosques y ambientes naturales. Se busca involucrar al público joven en las nuevas formas de turismo en las áreas menos conocidas, de este modo despertar el interés y el respeto por la naturaleza desde temprana edad.

2.5 Ornitoturismo

También llamado Aviturismo, es una actividad que involucra turistas o visitantes aficionados a observar aves únicas en lugares estratégicos. Generalmente el tipo de turista que acude a este tipo de actividad está dispuesto a pagar por el servicio de guía, alimento, hospedaje y transporte con la finalidad de disfrutar de una aventura diferente, lo toman como un turismo alternativo y ecológico.

Según (Maynar Aguilar, 2008)“el turismo ornitológico es la actividad turística que consiste en desplazarse a destinos diferentes a los de nuestro entorno habitual motivados por la posibilidad de observar aves silvestres en sus hábitats naturales.”(p.3)

La región amazónica tiene una gran variedad y cantidad de aves, es una muy buena opción para la observación, por la diversidad de especies que existen y debido a que se encuentran en lugares de fácil acceso, es una gran oferta para los turistas extranjeros y aún más para los turistas nacionales.

2.5.1 Importancia del ornitoturismo

El turismo ornitológico incentiva la preservación de varias especies de aves en peligro de extinción y aporta económicamente a los lugares con más afluencia de ornitoturistas los cuales promueven el cuidado de la naturaleza y traen consigo el beneficio económico que serviría como motor para el desarrollo de los sitios turísticos.

Según las cifras que han recopilado varias compañías expertas en aves estiman que el aviturista que toma un tour deja entre \$1500 y \$1800 dólares en el país al que visita, estos beneficios económicos ayudan a un gran porcentaje de la población, positivamente los turistas que disfrutan de esta actividad tienden a regresar cada año a los lugares que han visitado y han tenido una experiencia agradable. A pesar de toda la riqueza en avifauna, el país aún no es reconocido como nicho aviturista ni ha logrado posicionarse al grado que debería, son muy pocas las empresas que han decidido invertir en turismo ornitológico.

2.5.2 Historia del ornitoturismo en Ecuador

Las primeras colecciones de aves en el Ecuador ocurrieron en 1830 y estas incentivaron los primeros trabajos científicos sobre la avifauna continental de los que se tiene conocimiento.

Según (Ridgely & Greenfield, 2001) en su libro “The birds of Ecuador” señalan que “el aviturismo empezó a promoverse en Ecuador poco a poco desde 1990, año en el que se publicó el primer tratado acerca de las aves en el país, y de manera más activa desde hace 20 años, con un notable crecimiento en los últimos años”.

“La variedad y cantidad de colibríes que habitan en Ecuador son casi la mitad que existen en el mundo entero, contando solamente los que hay en el Bosque Protector Mindo-Nambillo, ubicado al noroccidente de la provincia de Pichincha, el cual alberga más de 450 especies de aves”. (Mindo Cloudforest foundation, 2006)

2.5.3 Origen del conteo navideño de aves

El conteo navideño se originó en 1900 en Estados Unidos y Canadá organizado por el ornitólogo Frank Chapman revelándose contra la tradición de la cacería navideña que era popular en el siglo XIX. Chapman propuso que se cuente las aves en lugar de matarlas, promoviendo la observación de aves, logró que 27 observadores de aves participen.

El término observación de aves se usó por primera vez en 1901 por Edmund Selous en su libro titulado “observación de aves” en el cual se clasificaba a las aves por su plumaje exótico y fisonomía única de cada especie, dando lugar a aficionados a tomar sus largas vistas y observar aves.

Basándose en los trabajos de John James Audubon, ornitólogo y naturalista francés quien realizó el libro *The Birds of America*, nació la organización Audubon Society que se encarga de la preservación de la avifauna en USA y se ha ido expandiendo mundialmente, monitoreando las aves a largo plazo y logrando generar estrategias de preservación. Los conteos se realizan en navidad de allí el nombre “conteos navideños de aves” en fechas específicas del mes de diciembre, cada país se organiza de tal forma en la que se pueda incluir a más personas a participar.

En el 2013 se empezaron a realizar conteos en América Latina en el cual participaron 2161 observadores de aves, el conteo de aves en navidad llegó a ser un éxito mundial y cada año acuden miles de observadores de aves a ser parte de este evento.

El primer conteo navideño registrado en Ecuador se realizó en Mindo en 1994 contabilizando 200 especies, y cada año aumentando su número hasta lograr posicionarse en primer lugar de mundo en el año 2000, repitiéndose por seis años, se ha logrado incrementar los conteos navideños por localidad en el país, tratando de incluir a la mayoría de personas posibles.

2.5.4 Conteo navideño en Morona Santiago

Los conteos navideños realizados en la provincia de Morona Santiago empezaron en el año 2011, por iniciativa de RhoAnn Wallace y Galo Real, dueños de la Agencia Real Nature Travel Company, quienes se encargan de organizar cada año los conteos de aves en el mes de diciembre. Se han encontrado más de 250 especies diferentes en el conteo del año 2015, en los conteos navideños realizados en Morona Santiago en diciembre del 2018 y 2019 se han contado un total de 290 especies, bajando la expectativa ya que en el año 2017 se había registrado hasta 331 especies contando con la participación de 81 personas. La mejor época para observar aves en el Ecuador y especialmente en la Amazonía es en la época lluviosa en los meses de octubre hasta enero ya que las aves responden de mejor manera a los llamados pregrabados de aves que llevan los ornitólogos.

La meta anual es promover el amor por la naturaleza y motivar a la comunidad a ser parte del evento que dura un día entero en cada lugar que se realice, y promover el turismo intrarregional, nacional e internacional.

2.5.5 Tipología de aves en Ecuador

A pesar del tamaño de Ecuador se destaca la cantidad de aves que habitan aquí, cuenta con 1891 especies de las cuales 41 son endémicas, y solo tiene 200 especies menos que otros países mucho más grandes que conforman Centroamérica, Sudamérica y el Caribe, la variedad de aves que se encuentran en el país es extremadamente amplia y reconocida mundialmente por ornitólogos internacionales.

La mayor riqueza de aves del país se encuentra en la zona baja de la Amazonía, las listas de especies recopiladas por expertos en varias localidades específicas del oriente sobrepasan las 500 especies en unos 5 km² y e incluso 600 especies, entre los más altos inventarios registrados en cualquier parte.

2.5.6 Aves en la Amazonía

La Amazonía ecuatoriana se caracteriza por ocupar más de la mitad de la superficie del país, siendo también la más biodiversa, albergando el 70% de familias de aves, los valores próximamente descritos no se pueden promediar ya que muchas de las especies se comparten en las diferentes provincias y están distribuidos por toda la Amazonía.

Tabla 2. Cantidad de especies por provincias en la región amazónica

PROVINCIA	CANTIDAD DE ESPECIES
<i>Morona Santiago</i>	919
<i>Napo</i>	1056
<i>Sucumbíos</i>	962
<i>Zamora</i>	862
<i>San Francisco de Orellana</i>	795
<i>Pastaza</i>	768

Fuente: (Shiguango, 2019) **Autoría:** Rubio, D. (2019)

(Alonso, 2006) “asegura que la cantidad de aves presentes en un destino, influyen en gran manera que el destino pueda ser competitivo o no, y logre ser incluido en alguna ruta o catálogo de turismo ornitológico”. Si no existiese ningún atractivo y un alto grado de competitividad entre provincias en cuanto a las especies, sería contradictorio insistir en crear publicidad para el turismo ornitológico en esta zona.

En la provincia de Morona Santiago existen 919 especies de aves ubicadas en casi el 90% del territorio provincial, hay 4 especies endémicas y existen también especies amenazadas por la contaminación o tala de bosques que corren la amenaza de la extinción.

2.5.7 Importancia de las aves y su preservación

Las aves son un punto clave de la naturaleza, gracias a ellas se puede mantener los ecosistemas regulados, cada ave cuenta con una función en específico que aporta de gran manera a la conservación de los ecosistemas. Son indicadores de calidad ambiental, que se mide mediante la presencia o ausencia de ciertas especies, se determina si existen problemas ambientales o situaciones de deterioro o contaminación del ecosistema.

En la provincia de Morona Santiago gracias a su diversidad se cuenta con los 6 tipos de aves que cumplen funciones específicas y ayudan a mantener el ecosistema.

Figura 1. Tipos de aves según su función



Autoría: Rubio, D. (2019)

2.5.8 Grados de sensibilidad de las aves

Las aves presentan diferente grado de sensibilidad según el ecosistema en el que se encuentran por consecuencia de las alteraciones del hábitat, esto representa y refleja el daño que los humanos hacemos al cambiar sus ecosistemas debido que existen especies que no se pueden adaptar con facilidad.

Tabla 3. Grados de sensibilidad de las aves

BAJA SENSIBILIDAD	Son las especies que se adaptan con facilidad a ambientes degradados o alterados, pueden sobrevivir y reproducirse sin mayor problema.
MEDIA SENSIBILIDAD	Son las especies que se pueden encontrar en bosques alterados y en bosques con buen estado de conservación, son aves que han logrado evolucionar y adaptarse hasta cierto punto.
ALTA SENSIBILIDAD	Solo se encuentran en bosques con buen estado de conservación, son las especies más propensas a sufrir la extinción, no pueden adaptarse fácilmente a los cambios bruscos del ecosistema.

Autoría: (Rubio, D. 2019)

2.6 Diseño de experiencias

2.6.1 Qué es el diseño de experiencias

Se basa en la creación de experiencias, actividad en la cual el diseñador asume la responsabilidad de crear productos llamativos que no están estrechamente ligados a la naturaleza del producto. Se enfoca en satisfacer necesidades, transmitir emociones y generar recuerdos gratos de una experiencia vivida, esta se puede concebir al comprar un producto o al adquirir un servicio. El diseño de experiencias tiene como objetivo llegar a los sentimientos y emociones del usuario, creando un vínculo entre el usuario y el producto, avivando así la necesidad y el deseo de seguir recibiendo el beneficio del producto con más frecuencia.

Según (Valero, 2010) “el verdadero valor de la experiencia con el producto o servicio se basa en la habilidad de cada empresa para comprometer y satisfacer grandemente a los consumidores con la marca estimulando así las relaciones valiosas entre usuario y marca”.

Las empresas que deciden entregar experiencias al usuario lo hacen como recompensa al tiempo, dinero, energía y fidelidad que el cliente invierte con la empresa, esta experiencia puede darse de diversas formas basadas en el entretenimiento o educación, todas llegan de alguna manera hacia las necesidades humanas fundamentales.

2.6.2 Importancia del diseño de experiencias

Cada producto que obtenemos nos genera cierta sensación y nos conecta de cierta manera, ya que está diseñado para que así sea, esta sensación positiva es lo que el diseñador quiere generar en el usuario al contacto con el producto o servicio, es llamado diseño de experiencias.

El diseño de experiencias se basa en recopilar varios métodos y técnicas que servirán posteriormente para obtener la información necesaria acerca de la experiencia de los usuarios con los productos, los cuales serán diseñados basándose en la satisfacción del ser humano. (Forero La Rotta & Ospina Arroyave , 2013)

El diseño de experiencias va tomando cada vez más importancia en las empresas, especialmente en el departamento de marketing, logrando transmitir un mensaje deseado y eficaz, creando experiencias verdaderamente memorables para el consumidor. Según el tipo de experiencia que se desee brindar al usuario se crea el plan de acción.

2.7 La experiencia en diferentes ámbitos

2.7.1 La experiencia del usuario

El diseño debe ser una total experiencia agradable a todos los sentidos del usuario, teniendo en cuenta las necesidades y los valores culturales que este representa, hace énfasis en las expectativas previas del usuario, en la experiencia actual y en sus futuras experiencias, se intenta resolver el problema estratégico de la utilidad del producto y el problema psicológico del placer y diversión de su uso.

Todos los productos generados por medio del diseño están destinados a causar experiencias, van de la mano con la evolución y decisión de la compra y con la promoción adecuada en los mercados. A las personas les gusta interactuar con los productos por lo tanto, para el usuario es muy importante tener una experiencia agradable con el producto, en el cual se juntan ideas, sensaciones y valoraciones, dando como resultado el objetivo principal del diseñador generar un vínculo entre producto y usuario.

2.7.2 La experiencia del diseñador

Las cualidades de un producto influyen mucho en el comportamiento de compra de un usuario, llama mucho la atención como un producto con una personalidad definida aporta a la creación de una experiencia significativa donde el usuario construye su propio significado del producto gracias a la interacción, los diseñadores a menudo se convierten en expertos acerca del producto que están diseñando, mientras los usuarios a menudo son expertos en la tarea que están intentando realizar con el producto.

El diseñador debe asegurarse de crear relaciones emocionales entre el usuario y el producto, entendiendo el efecto de las respuestas e incluir herramientas de análisis con

el fin de proponer productos únicos que se adapten a los deseos y generen interacción del usuario con el producto o servicio llevándolos a tener una experiencia positiva.

La estética de la experiencia del usuario depende demasiado de la calidad del diseño, crear una experiencia satisfactoria es una de las cualidades que no puede faltar en el momento del diseño.

2.7.3 Claves del diseño de experiencias

De todos los estados afectivos y experiencias, la emocional es la más importante ya que está vinculada con el placer estético de un producto, hay dos características relacionadas al placer estético la primera es la familiarización y la segunda es la originalidad (Hekkert & Snelders, 1999)

El usuario prefiere un producto cuando hay una buena combinación entre los dos elementos a lo cual solo queda agregarle el diseño sostenible y crear un vínculo entre usuario y producto.

Figura 2: Claves del diseño de experiencias.



Autor: Ospina, A (2018).

2.7.4 Experiencia del usuario en el diseño del producto

El interés del diseñador se centra en las experiencias que las personas viven a partir de la interacción que tienen con los productos.

La experiencia del usuario es un conjunto de recuerdos en los cuales se centran todas las experiencias que vamos adquiriendo diariamente y en este espacio se entrelazan, es muy probable que para cada usuario la experiencia sea única y cada usuario tiene diversas perspectivas del producto. (Ortiz Nicolás, 2014)

Al comparar 6 modelos y definiciones propuestas por los especialistas identificando seis características, la experiencia es subjetiva, intencional, interconectada, consiente, emocional y dinámica.

Tabla 4. Características de la experiencia del usuario

La experiencia es subjetiva:	Cada persona tendrá su experiencia individual, que es el resultado de la manera de pensar y sentir de las personas.
Es intencional:	Las personas tienen motivaciones y metas que cumplir al interactuar con el producto.
Es interconectada:	Entendiéndose como la relación de todos los sistemas del cuerpo humano como el afectivo, cognitivo y motor de las personas.
Es emocional:	Los productos evocan en las personas, satisfacción, frustración, ilusión, desagrado, admiración o enojo, dependiendo el momento, lugar o circunstancias en las que se relacione con el producto o servicio.
Está relacionada con la conciencia:	Las personas notan lo que están viviendo y de lo que cierto producto o servicio está generando al momento de interactuar con él.
Temporal y dinámica:	Se adhiere a momentos específicos, pasado, presente y futuro, se refiere a lo que las personas experimentan en ese momento y lugar.

Fuente: (Ortiz, 2014) **Autoría:** Rubio, D. (2019)

2.7.5 Proceso del diseño de experiencia de usuario

Para crear un buen diseño que se adapte a las necesidades del usuario y lograr que este cree un vínculo y una emoción a momento de interactuar, de debe pasar por un proceso que llevará a crear un producto o servicio de calidad.

Tabla 5. Etapas del diseño de experiencias

Investigación: en esta etapa se trata de obtener toda la información posible acerca del producto, los usuarios y el proyecto que posteriormente se diseñará.	<ul style="list-style-type: none">• Información relacionada con el proyecto.• Estudio de usuarios.• Estudio de contexto.• Estudio de contenidos.• Estudio del proceso de diseño.
Organización: se divide y se procesa la información para convertirla en un producto único.	<ul style="list-style-type: none">• Representar todas las estructuras posibles de contenidos.• Jerarquizar las temáticas y los contenidos.• Definir flujos funcionales que tendrá el producto.• Hacer corresponder las estructuras para receptores y emisores.
Diseño: tomando los elementos que habíamos organizado anteriormente creamos un diseño adecuado para el producto o servicio a ofrecer.	<ul style="list-style-type: none">• Definir la estructura del producto.• Definir funcionamiento del producto.• Definir servicios.• Definir etiquetas y crear prototipos.
Prueba: se evalúa el diseño propuesto y como será percibido por el usuario, se experimentará las emociones que se han previsto al momento de interactuar con el producto.	<ul style="list-style-type: none">• Pruebas de los prototipos.• Revisión de diagramas.• Comprensión de los servicios por parte del usuario.

Fuente: (Ronda Leon, 2016) **Autoría:** Rubio, D. (2019)

2.8 Diseño de experiencias orientado al aviturismo

El diseño de experiencias está estrictamente ligado a satisfacer al usuario brindándole productos o servicios que generen emociones positivas al interactuar con él, si orientamos el diseño de experiencias como factor de promoción del aviturismo, creamos un vínculo muy fuerte entre el usuario y los eventos aviturismo, promoviendo de una manera pregnante su aceptación y asociación con diversión, turismo y ecología.

El diseño de experiencias permite al usuario guardar memorias gratas con respecto a un producto o servicio, este tipo de diseño se enfoca en satisfacer las necesidades emocionales del cliente, para este proyecto se combinará el gusto por el turismo ornitológico con una experiencia única basada en el diseño de la misma, generando soportes aptos y pertinentes para el público al cual está dirigido, generando así emociones que permanecerán en la mente del cliente creando así una retroalimentación positiva y generando expectativa por volver a revivir la experiencia en una siguiente oportunidad.

2.8.1 Incentivar el aviturismo por medio del diseño de experiencias

Una de las mejores formas es promoviendo el valor económico y ecológico que tienen las aves a las comunidades cercanas, llamando su atención por medio de presentes que generen iniciativa, y despierten en ellos curiosidad, dando a conocer que la experiencia próxima a vivir será realmente única y enriquecedora tanto para ellos, así como para la conservación de la naturaleza.

El desarrollo de sensaciones y valoraciones que llevará a cabo el usuario a través del diseño de experiencias definirá de manera positiva la aceptación y el interés en el aviturismo ya que conectará puntos clave que permitirán la entrada de nuevas experiencias, así como cada usuario servirá como transmisor de información para futuros eventos aviturísticos, atrayendo así a más turistas, todo esto dependerá de cuán positiva fue su experiencia, es por eso que el plan de diseño debe ser realizado con cautela, tratando así de llamar la atención de un mayor número de personas que serán quienes experimenten el evento y tengan la necesidad de repetirlo.

CAPÍTULO III

3. Marco metodológico

3.1 Metodología

3.1.1 Método Inductivo

Obtiene conclusiones generales a partir de las particulares y se basa en la observación, el objetivo es obtener información del target por medio de la acumulación de datos que definen conceptos en común. Partiendo de las experiencias en común entre los participantes se logrará definir una conclusión que demuestre un mismo interés.

3.1.2 Observación científica

Nos permite recibir información gracias a la observación. Se presenta naturalmente recopilando información sistemáticamente. Se analizará directamente a un individuo o grupo de individuos y sus comportamientos en todo momento y que tipo de aceptación tienen a las propuestas de diseño de experiencias.

3.2 Tipo y diseño de investigación

3.2.1 Cualitativo

Este método nos ayuda a analizar los comportamientos entre las personas con respecto a la experiencia que están viviendo al momento, recogiendo información en base a la observación de sus respuestas y actitudes, posteriormente se interpretará los resultados construyendo el conocimiento.

3.2.2 Correlacional

Este método de investigación vincula dos diferentes conceptos o variables entre sí para crear un nuevo resultado, se utilizará para combinar el diseño de experiencias y el turismo ornitológico y de cómo estas dos variables juntas pueden generar un resultado positivo.

3.2.3 Descriptiva ecológica

Este tipo de investigación se enfoca en describir las características de una población o fenómeno estudiado, enfocándonos en variables de interés, dando a conocer así el motivo o motivos en común que tienen para no asistir al evento de observación de aves.

3.3 Nivel de Investigación

3.3.1 Explorativo

Pretenden darnos una visión general de tipo aproximativo respecto a determinada realidad, se utilizó fichas de observación que ayudaron a definir el perfil de usuario y definir si la experiencia que tuvieron es positiva o negativa.

3.3.2 Descriptivo

Describe situaciones y eventos, se manifiesta como determinado fenómeno, especificando las propiedades más importantes de las personas, los grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis.

3.4 Método proyectual

Metodología propuesta por Rodrigo Ronda León, nos presenta el proceso del diseño de experiencias de usuario que se basa en un sistema que reúne los puntos clave para la creación de la experiencia del usuario, genera herramientas y técnicas apropiadas, está conformado por cuatro etapas, investigación, organización, diseño y prueba.

3.5 Población y Muestra

3.5.1 Población de estudio

En el censo de 2010 Macas tenía una población de 18.984 habitantes. La ciudad es el núcleo del área metropolitana de Macas, se tomará como muestra personas desde 18 a 40 años de edad, la población que se ha elegido es la más propensa a interesarse en el turismo ornitológico, para elegir la población se la hará entre las personas que visitan lugares turísticos de la ciudad como el rio upano y zoológicos.

3.5.2 Tamaño de muestra

Es una parte aproximada de la población que representa al universo a la que tenemos acceso y la cual está dispuesta a aportar un avance importante en la investigación. La población que está entre los 18 y 40 años de edad en la ciudad de Macas es un aproximado de 10430.

Fórmula:

$$n = \frac{N\sigma^2 Z_\alpha^2}{e^2(N-1) + \sigma^2 Z_\alpha^2}$$

Dónde:

n= Tamaño de muestra

Z α = Valor de confianza (1,96 correspondiente al 95%)

N= Población

e= Error admisible ($\sigma= 0,5$ y $e=0,9$)

Margen: 0.08%

Nivel de confianza: 1.96%

Población: 10430

Cálculos: $n = 148$ **Tamaño de la muestra: 148****3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos****3.6.1 Entrevista**

Es el dialogo entablado ente dos personas el entrevistador interroga y el que responde es el entrevistado. Se utilizó esta técnica para recopilar información importante de quienes conocen acerca del aviturismo y por parte del organizador del evento “conteo navideño de aves” en la provincia de Morona Santiago.

3.6.2 Encuesta

Es el procedimiento dentro de la investigación descriptiva en el que el investigador recopila datos mediante un cuestionario previamente diseñado y respondido por parte de una muestra elegida, esto ayuda a saber el interés del público objetivo y cuáles son las falencias en el evento para poder mejorarlas. Se hizo una encuesta a una muestra seleccionada de personas entre 18 a 40 años en la ciudad de Macas.

3.6.3 Guía de observación

Consiste en la revisión de material bibliográfico existente con respecto al tema a estudiar. Se ha creado guías de observación específicas para cada variable, estas muestran el estado de otros lugares y eventos turísticos, ayudará a determinar los puntos a mejorar y crear propuestas adecuadas basadas en la observación.

3.7 Técnicas de análisis e interpretación de la información

- Ficha de observación.
- Guión estructurado de la encuesta.
- Guión estructurado de la entrevista.

CAPÍTULO IV

4. Resultados y discusión

Para el desarrollo del diseño de experiencias se utilizó tres instrumentos claves que aportaron con la información necesaria para la elaboración del proyecto, tales como encuestas, entrevistas y guías de observación.

4.1.1 Encuestas (ver anexo 1)

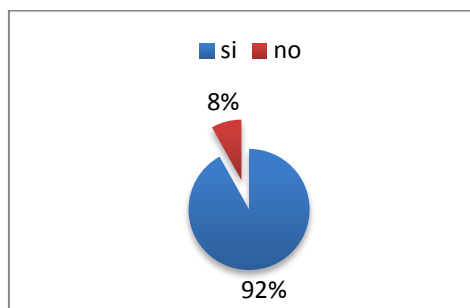
1.- ¿Cree que exista una forma de turismo que genere ingresos y ayude a preservar la naturaleza?

Tabla 6. ¿Cree que exista una forma de turismo que genere ingresos y ayude a preservar la naturaleza?

DATOS	VALOR	PORCENTAJE
Si	136	92%
No	12	8%
Total	148	100%

Fuente: Encuesta

Figura 3. ¿Cree que exista una forma de turismo que genere ingresos y ayude a preservar la naturaleza?



Fuente: Tabla N° 6

Análisis:

El 92% de los encuestados creen que si existe una forma de turismo que genere ingresos y ayude a preservar la naturaleza, entre sus respuestas las más comunes son preservar la naturaleza mientras se obtenga ingresos. El 8 % de los encuestados respondió no, porque desconocen los tipos de turismo.

Interpretación: Los encuestados están conscientes que podemos generar ingresos para la provincia cuidando el medio ambiente.

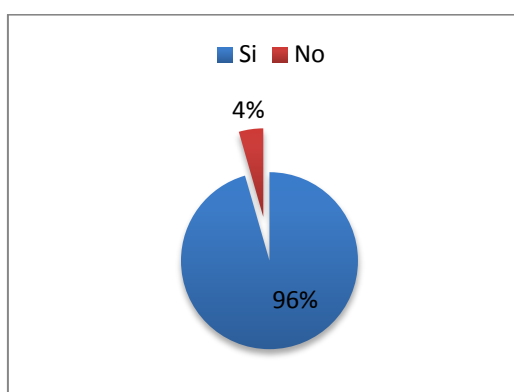
2.- Si existiese una actividad en la provincia que genere ingresos ¿estaría dispuesto a apoyarla?

Tabla 7. si existiese una actividad en la provincia que genere ingresos ¿estaría dispuesto a apoyarla?

DATOS	VALOR	PORCENTAJE
Si	140	96%
No	8	4%
Total	148	100%

Fuente: Encuesta

Figura 4. ¿Si existiese una actividad que incremente el turismo en la provincia estaría dispuesto a apoyarla?



Fuente: Tabla N°7

Análisis:

El 96% de los encuestados están dispuestos a apoyar cualquier actividad que incremente el turismo en la provincia, en las respuestas más comunes tenemos: el turismo es importante no solo por los ingresos sino también porque se puede mostrar la belleza de un lugar. Mientras el 4% de los encuestados respondió no porque no saben qué tipo de apoyo pueden dar desde su posición.

Interpretación:

Los encuestados presentan una reacción positiva con respecto a apoyar la iniciativa de promover el turismo en la provincia, ya que el beneficio será para la comunidad y sin destruir la naturaleza.

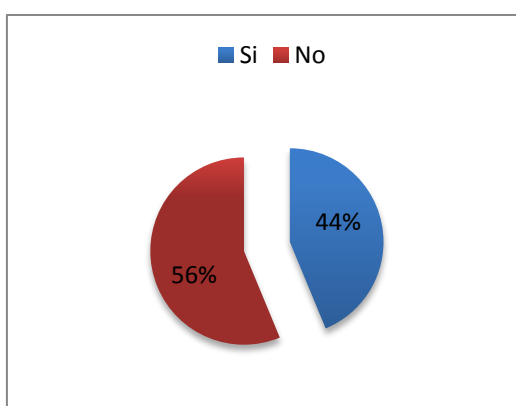
3.- ¿Realiza usted algún tipo de turismo?

Tabla 8. ¿Realiza usted algún tipo de turismo?

DATOS	VALOR	PORCENTAJE
Si	68	44%
No	80	56%
Total	148	100%

Fuente: Encuesta

Figura 5. ¿Realiza usted algún tipo de turismo?



Fuente: Tabla N°8

Análisis:

El 56% de los encuestados no realiza ningún tipo de turismo, en sus respuestas las más comunes fueron: falta de tiempo, falta de dinero, no conocen ninguna opción. Mientras el 44% de los encuestados respondió que si realizan algún tipo de turismo, las respuestas más comunes fueron: turismo de aventura, turismo ecológico, senderismo.

Interpretación:

La promoción del turismo en la zona no es apropiada, por tanto, más de la mitad de los encuestados no han practicado ninguna clase de turismo.

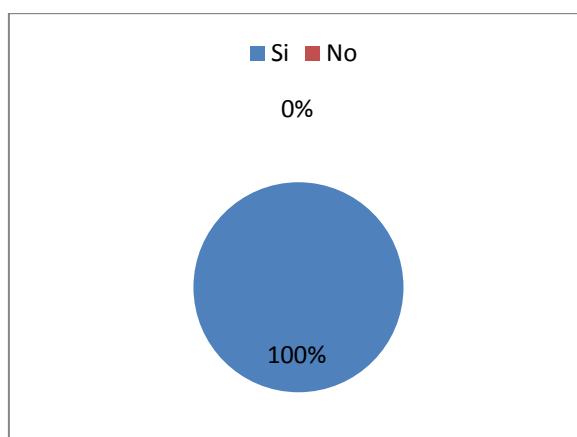
4. ¿Cree usted que motivar a los turistas tanto nacionales como internacionales a visitar la provincia genere ingresos?

Tabla 9. ¿Cree usted que motivar a los turistas tanto nacionales como internacionales a visitar la provincia genere ingresos?

DATOS	VALOR	PORCENTAJE
Si	148	100%
No	0	0%
Total	148	100%

Fuente: Encuesta

Figura 6. ¿Cree usted que motivar a los turistas tanto nacionales como internacionales a visitar la provincia genere ingresos?



Fuente: Tabla N° 9

Análisis:

El 100% de los encuestados cree que motivar a los turistas nacionales como internacionales a visitar la provincia genere ingresos, entre las respuestas más comunes se encuentran: la provincia sería más conocida por sus atractivos, el turismo es una de las mayores fuentes de ingresos, generaría empleo.

Interpretación:

Promover el turismo en la provincia es una opción viable para generar ingresos.

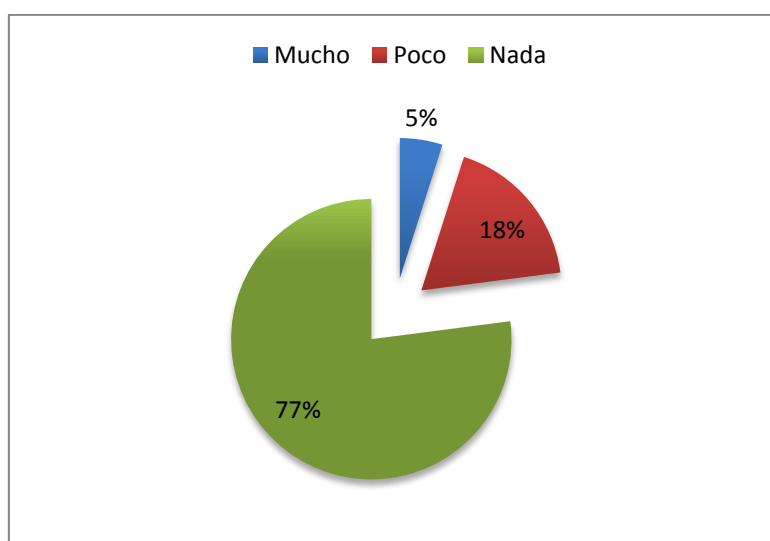
5. ¿Ha escuchado hablar del conteo navideño de aves en Morona Santiago?

Tabla 10. ¿Ha escuchado hablar del conteo navideño de aves en Morona Santiago?

DATOS	VALOR	PORCENTAJE
Mucho	114	77%
Poco	27	18%
Nada	7	5%
Total	148	100%

Fuente: Encuesta

Figura 7. ¿Ha escuchado hablar del conteo navideño de aves en Morona Santiago?



Fuente: tabla N°10

Análisis:

El 77% de los encuestados no ha escuchado nada de los conteos navideños de aves, el 18% ha escuchado poco y el 5% ha escuchado mucho.

Interpretación:

Es notoria la falta de promoción del evento conteo navideño de aves en la provincia y el poco conocimiento por parte de la comunidad.

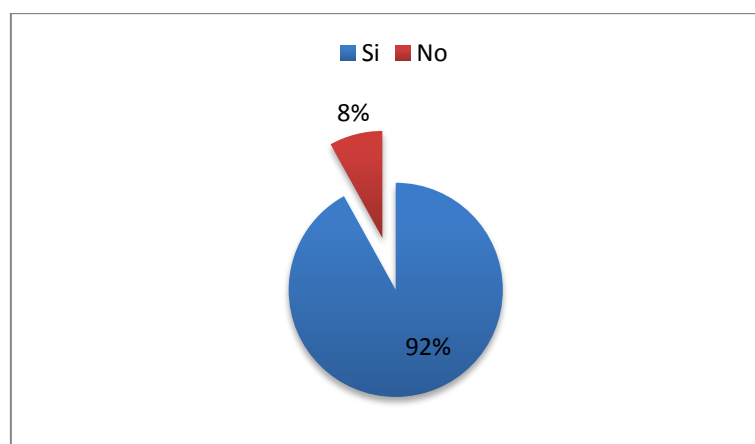
6. ¿Si usted pudiese asistir a un evento gratuito que ayude a promover el turismo y preservación de la naturaleza ¿lo haría?

Tabla 11. Si usted pudiese asistir a un evento gratuito que ayude a promover el turismo y preservación de la naturaleza ¿lo haría?

DATOS	VALOR	PORCENTAJE
Si	136	92%
No	12	8%
	148	100%

Fuente: Encuesta

Figura 8. Si usted pudiese asistir a un evento gratuito que ayude a promover el turismo y preservación de la naturaleza ¿lo haría?



Fuente: Tabla N° 11

Análisis:

El 92% de los encuestados está dispuesto a asistir a un evento que ayude a promover el turismo y preservación de la naturaleza, entre las respuestas más comunes se encuentra: es muy importante promover el turismo, aprender como conservar apropiadamente el ambiente, ayuda al avance de la provincia. Mientras que el 8% no apoya el evento por la falta de tiempo.

Interpretación: El apoyo e interés que presenta la comunidad a asistir a un evento turístico es muy positivo genera altas expectativas, mientras que una pequeña parte de los encuestados no cuentan con el tiempo suficiente.

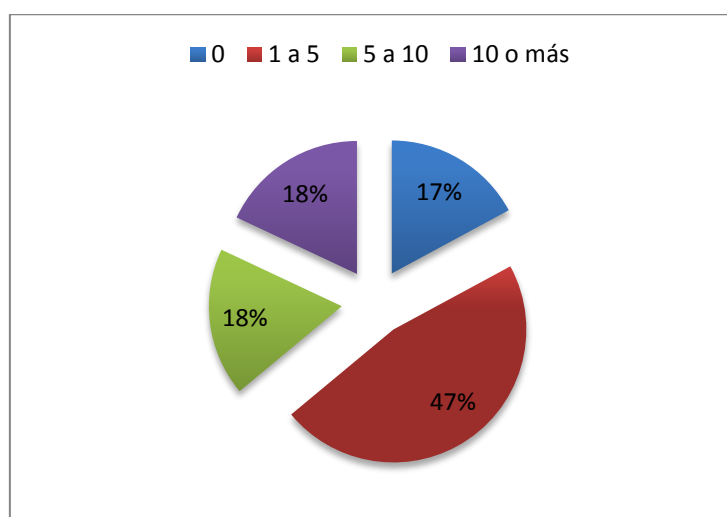
7. ¿Cuántas especies de aves conoce usted dentro de la provincia de Morona Santiago?

Tabla 12. ¿Cuántas especies de aves conoce usted dentro de la provincia de Morona Santiago?

DATOS	VALOR	PORCENTAJE
0	25	17%
1-5	70	47%
5-10	27	18%
10 o mas	26	18%
Total	148	100%

Fuente: Encuesta

Figura 9. ¿Cuántas especies de aves conoce usted dentro de la provincia de Morona Santiago?



Fuente: Tabla N° 12

Análisis:

El 47% de los encuestados conoce de 1 a 5 especies de aves. El 18% conoce 5 a 10 especies de aves. El 18% conoce 10 o más especies de aves. El 17% no conoce ninguna especie de ave.

Interpretación:

Solo el 18% de los encuestados conoce 10 o más especies de aves mientras que el resto de los encuestados conoce máximo 5 especies de aves, dando a notar el poco conocimiento en aves que existe en la provincia.

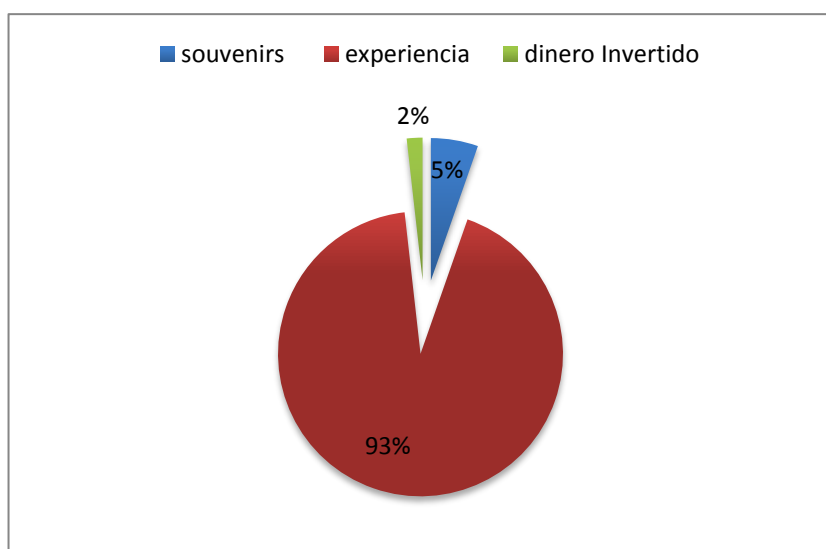
8. Al final de un evento ¿Qué es lo que más recordará?

Tabla 13. Al final de un evento ¿Qué es lo que más recordará?

DATOS	VALOR	PORCENTAJE
Souvenirs	8	5%
Experiencia	137	93%
Dinero invertido	3	2%
Total	148	100%

Fuente: Encuesta

Figura 10. Al final de un evento ¿Qué es lo que más recordará?



Fuente: Tabla N°13

Análisis:

El 93% de los encuestados creen que lo que más recordarán de algún evento turístico es la experiencia. El 5% recordará los souvenirs. El 2% recordará el dinero invertido.

Interpretación:

Lo que más recuerda un turista de un evento es la experiencia, de esto depende mucho su interés de regresar una próxima vez, teniendo en cuenta que tan positivo o negativo fue.

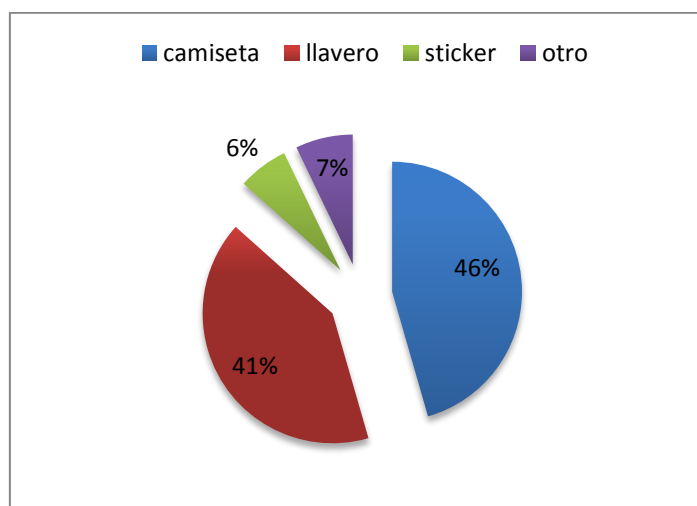
9.- Si pudiese recibir un souvenir al final de un evento de aviturismo ¿Qué le gustaría obtener?

Tabla 14. Si pudiese recibir un souvenir al final de un evento de aviturismo ¿Qué le gustaría obtener?

DATOS	VALOR	PORCENTAJE
Camiseta	68	46%
Llavero	60	41%
Sticker	11	6%
Otro	9	7%
	148	100%

Fuente: Encuesta

Figura 11. Si pudiese recibir un souvenir al final de un evento de aviturismo ¿Qué le gustaría obtener?



Fuente: Tabla N° 14

Análisis:

El 46% de los encuestados desearía obtener una camiseta al final de un evento de aviturismo. El 41% desearía obtener un llavero. El 6% desearía obtener un Sticker

El 7 % desearía obtener otro, sus respuestas fueron, Agenda, Fotografías, una guía, un poster.

Interpretación: Existe mucha aceptación por parte de los encuestados en recibir una camiseta o un llavero al final de un evento de aviturismo.

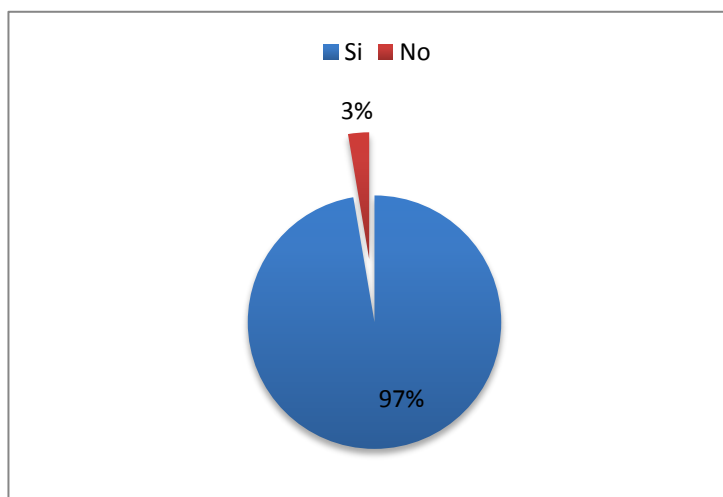
10. ¿Cree que un buen diseño ayude a promocionar adecuadamente un evento de aviturismo?

Tabla 15. ¿Cree que un buen diseño ayude a promocionar adecuadamente un evento de aviturismo?

DATOS	VALOR	PORCENTAJE
Si	144	46%
No	4	41%
	148	100%

Fuente: Encuesta

Figura 12. ¿Cree que un buen diseño ayude a promocionar adecuadamente un evento de aviturismo?



Fuente: Tabla N° 15

Análisis:

El 97% de los encuestados cree que un buen diseño ayudaría a promocionar adecuadamente un evento de aviturismo, las respuestas más comunes fueron: es muy importante un buen manejo de publicidad, el mensaje es más claro y se difunde mejor. Mientras que el 3% respondió que no.

Interpretación:

La mayoría de encuestados afirman que es muy importante el diseño y la publicidad para la promoción de un evento, una mínima parte no está segura que es diseño ni conoce su importancia.

4.1.2 Guía de observación

Tabla 16. Ficha de observación, diseño de experiencias.

FICHA DE OBSERVACIÓN Diseño de experiencias	LUGAR: Zoológico de Guayllabamba	OBSERVACIONES
Tipos de visitantes	<ul style="list-style-type: none"> • Niños de 3-12 años • Jóvenes de 13-17 años • Adultos de 18 a 59 años • Adultos mayores de 60 en adelante • Visitantes nacionales e internacionales 	<p>Mayormente quienes visitan el parque son familias con niños pequeños y adolescentes, también se presenta visitantes mayores de 60 años en adelante, la mayoría de visitantes son nacionales.</p> <p>No acuden muchos visitantes internacionales.</p>
Comportamiento de los usuarios	<ul style="list-style-type: none"> • Interés en los animales • Cumplimiento de las normas y lectura de mapas y mesas de información • Visita por estudio o por placer 	<p>Los visitantes del zoológico están muy interesados en conocer los animales del zoológico.</p> <p>Cumplen las normas establecidas por el zoológico, y se fijan en las mesas de información y en los mapas previamente recibidos a la entrada al zoológico.</p> <p>Los usuarios que visitan el parque lo hacen en su mayoría por placer, y tienen una actitud respetuosa con los animales.</p>

<p>Controles de calidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mesas informativas • Animales sanos • Seguridad al usuario • Guía de campo • Guía señalética organizada 	<p>El zoológico cuenta con mesas informativas en acero inoxidable cubiertas con PVC transparente, ubicadas en cada una de las jaulas, especificando al animal y sus características.</p> <p>Los animales llevan controles cada día para garantizar su salud.</p> <p>El visitante no puede tener contacto con ninguno de los animales salvajes, solo con los animales de granja.</p> <p>El guía de campo te explica al entrar al zoológico lo que tiene el zoológico y lo que debes hacer.</p> <p>En todo el zoológico existe señalética que ayuda al visitante a seguir la ruta correcta, aparte del mapa que entregan al entrar al zoológico.</p>
<p>Tipos de experiencias</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Zonas de consumo de alimentos • Guía de recorrido 	<p>Existe una zona de consumo de alimentos proporcionada por el zoológico, pero está prohibido llevar alimentos al recorrido.</p> <p>El guía de recorrido solo está disponible cuando hay un grupo de visitantes de más de 15 personas.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Parqueadero, Áreas verdes y tiendas de regalos • Acceso para discapacitados • Baños • Áreas infantiles 	<p>El zoológico cuenta con parqueadero, áreas verdes y una tienda de regalos.</p> <p>En todo el zoológico hay rampas para discapacitados y señalética específica para cada tipo de usuario.</p> <p>Hay 5 baños ubicados a lo largo del zoológico en zonas de fácil acceso.</p> <p>Existe un área infantil cerca de los animales de granja donde se puede llevar a los niños más pequeños.</p>
--	---	---

Autoría: Rubio, D. (2019)

- Infografía del lugar (Ver anexo 2).

Tabla 17. Ficha de observación, diseño de experiencias

<p>FICHA DE OBSERVACIÓN</p> <p>DISEÑO DE EXPERIENCIAS</p>	<p>LUGAR: Zoológico Rancho Fátima</p>	<p>OBSERVACIONES</p>
<p>Tipos de visitantes</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Niños de 3-12 años • Jóvenes de 13-17 años • Adultos de 18 a 59 años • Adultos mayores de 60 en adelante • Visitantes nacionales e internacionales 	<p>Mayormente quienes visitan el parque son familias con niños pequeños y adolescentes, también se presenta visitantes mayores de 60 años en adelante, la mayoría de visitantes son nacionales.</p> <p>No acuden muchos visitantes internacionales.</p>
<p>Comportamiento de los usuarios</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Interés en los animales • Cumplimiento de las normas y lectura de mapas. • Visita por estudio o por placer 	<p>Los visitantes del zoológico están muy interesados en conocer los animales del zoológico.</p> <p>No existen mesas de información ni señalética adecuada, la señalética está en pésimas condiciones.</p> <p>Los usuarios que visitan el parque lo hacen en su mayoría por placer, y tienen una actitud respetuosa con los animales.</p>

<p>Controles de calidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Animales sanos • Seguridad al usuario • Guía de campo • Guía señalética organizada 	<p>Los animales llevan controles cada día para garantizar su salud.</p> <p>Todos los animales se encuentran en jaulas, lo que brinda seguridad al usuario.</p> <p>El guía no está presente para explicarte nada.</p> <p>La señalética que existe es muy poca y antigua.</p>
<p>Tipos de experiencias</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Zonas de consumo de alimentos • Parqueadero, Áreas verdes y tiendas de regalos • Acceso para discapacitados • Baños • Áreas infantiles 	<p>Existe una zona de consumo de alimentos proporcionada por el zoológico.</p> <p>El zoológico cuenta con parqueadero y áreas verdes, no tiene tienda de regalos.</p> <p>No es factible el acceso para discapacitados.</p> <p>El zoológico cuenta con un baño.</p> <p>No existen áreas infantiles.</p>

Autoría: Rubio, D. (2019)

- Infografía del lugar (Ver anexo 3).

Tabla 18. Ficha de observación, diseño de experiencias

FICHA DE OBSERVACIÓN TURISMO ORNITOLOGICO	LUGAR PARQUE NACIONAL LLANGANATES-TENA	OBSERVACIONES
<p>Beneficios del turismo ornitológico</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Entretenimiento fuera de lo común • Colección de fotografías • Desconexión de la realidad • Oportunidad turística • Emoción por conocer • Respeto a la naturaleza 	<p>Es una selva muy bonita llena de plantas medicinales, ríos, cuevas, aves y mamíferos.</p> <p>Se puede tomar maravillosas fotografías de muchos de los atractivos.</p> <p>No existe señal de celular ni wifi, lo que permite una desconexión total del estrés de la ciudad.</p> <p>Es un bosque lleno de atractivos, que representa una gran oportunidad turística.</p> <p>La oferta del tour genera expectativa por conocer el lugar.</p> <p>El área cuenta con senderos naturales y el guía explica por qué se debe mantener la selva así y la importancia de cada ave y planta observada, también pinta la cara con achiote a los visitantes para que no se pierdan en la selva.</p>
<p>Material utilitario</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Guía de campo 	<p>Los guías están muy capacitados y conocen muy bien la zona, y conocen 2 y hasta 3 idiomas.</p>

<p>Material utilitario</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Botas • Vestimenta representativa • Información del lugar 	<p>La agencia provee botas a los visitantes, así como ponchos de agua.</p> <p>Los guías usan una vestimenta representativa de la agencia que es una camiseta con el logo.</p> <p>El visitante cuenta con toda la información necesaria antes de salir al tour, y en el camino el guía va explicando muchas cosas que conoce.</p>
<p>Comodidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Seguridad • Alimentación • Identificación • Áreas específicas 	<p>Los senderos tienen áreas riesgosas y se debe caminar con cuidado, pero siempre está el guía para ayudar con cualquier percance.</p> <p>El tour cuenta con alimentación incluida y también se realiza chocolate artesanal.</p> <p>Los guías no cuentan con un membrete que tenga su nombre ni el visitante tampoco.</p> <p>El área a dónde van los turistas tiene su respectiva ruta y va orientado a lo que el turista desea conocer.</p>

Autoría: Rubio, D. (2019)

- Infografía del lugar (Ver anexo 4).

4.1.3 Entrevista

La entrevista ayudó a determinar varios puntos importantes de la observación de aves y del cómo esta actividad aporta al desarrollo económico de una comunidad, se ha hecho varias entrevistas a personas relacionadas con el tema del aviturismo y el diseño de experiencias.

(Ver anexo 5y 6).

CAPITULO V

5. Ejecución del proyecto

Para la siguiente investigación se ha tomado la metodología propuesta por Rodrigo Ronda León, quien propone cuatro puntos clave para la creación de la experiencia del usuario, genera herramientas y técnicas apropiadas basado en el conocimiento, está conformado por cuatro etapas; investigación, organización, diseño y prueba.

5.1 Etapa 1 - Investigación

En esta etapa se obtiene la mayor cantidad de información posible de usuarios y cliente para realizar el proyecto, mientras más información recopilemos, mejor será el resultado.

- **Información relacionada con el proyecto**

El proyecto necesita publicidad eficaz.

La temática está orientada a la naturaleza.

- **Objetivos de los usuarios:**

- Vivir una experiencia diferente y conocer el atractivo avifaunístico del cantón Morona.
- Asistir a un evento gratuito de conteo navideño de aves durante un día entero, recorriendo rutas naturales para contar y observar aves.
- Conocer la importancia de las aves en el medio ambiente y promover su cuidado.

- **Objetivos de los organizadores:**

- Dar a conocer la importancia de las aves y las especies que habitan en la zona.
- Promocionar el turismo ornitológico y promover el respeto por la naturaleza.
- Crear una comunidad con conciencia ambiental que valore la naturaleza y promoverlo por generaciones.

- **Intención comunicativa del producto**

Motivar al público objetivo por medio de la expectativa de una experiencia única a la asistencia al evento conteo navideño de aves e informar la importancia de la conservación de las aves en la naturaleza.

- **Tipología del producto**

Se ofrece una experiencia que promete ser memorable y motivadora para todo el público objetivo.

- **Estudio de Usuarios (receptores)**

Los usuarios están acostumbrados a ver la flora y fauna de la provincia como algo cotidiano y normal que no tiene mayor importancia, ya que han crecido rodeados de naturaleza, pero desconocen la importancia de proteger a las aves, así como tampoco están informados que existe una forma de generar ingresos por medio del turismo.

Definir perfiles de usuarios.

Figura 13. Perfiles de usuarios



Autoría: Rubio, D. (2019)

• **Estudio del Contexto**

El proyecto está enfocado en promover el cuidado de la naturaleza, a través de una propuesta naturalista, poco invasiva con el medio ambiente, que genera conciencia y visión de crecimiento, dejando ver una pequeña, pero muy importante parte de la naturaleza, como son las aves y promoviendo el aviturismo.

Tabla 19.Matriz FODA

<ul style="list-style-type: none"> • Actividad diferente dentro de la provincia. • Turismo consciente. • Muchos sitios para la observación. • Ingreso económico a la provincia. • Protección medioambiental. • Promoción de la importancia de las aves. • Apoyo internacional (audubon). • Reconocimiento nacional. • Consistencia de los organizadores. • Propagación del evento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Poco interés por parte de usuarios. • Poco apoyo por parte de autoridades. • Contaminación ambiental. • Desconocimiento de la importancia de las aves. • Desconocimiento de los atractivos de la ciudad. • Poca publicidad. • Horario complicado. • Publicidad no efectiva. • Otros eventos en la misma fecha. • Poco presupuesto.
FORTALEZAS	DEBILIDADES
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Ser reconocido por la comunidad. • Generar amor por la naturaleza. • Posicionar a la provincia como turística. • Promover conciencia ambiental en el público joven. • Promover el cuidado de las aves • Crear grupos de aviturismo. • Crecer como turismo alternativo. • Generar ingresos económicos a pequeños emprendedores. • Dejar legado de cuidado de las aves a futuras generaciones. • Atraer turistas internacionales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento rápido de la ciudad • Clausura del aeropuerto. • Cazadores de aves. • Contaminación ambiental. • Eventos con mayor difusión. • Tala de bosques. • Erupción de volcán Sangay. • Contaminación del río Upano. • Cambio climático. • Pérdida de turistas internacionales.

Autoría: Rubio, D. (2019)

La publicidad existente no es efectiva ya que no ha logrado llegar al público objetivo efectivamente, al ser un evento anual debería ser promocionado de un modo correcto que permita dar a conocer con anticipación y eficacia la realización del mismo, obteniendo así más participantes cada vez.

- **Estudio de los Contenidos**

Se analizará elementos comunicacionales de los tres eventos anteriores, para tener una idea el estilo que manejaban y como mejorarlo, proponiendo una alternativa personalizada que se basa en el diseño de experiencia.

- **Afiches**

Figura 14. Afiche de conteo navideño 2016



Fuente: Real, G. (2016)

Figura 15. Afiche de conteo navideño 2017



Fuente: Real, G. (2017)

Figura 16. Afiche de conteo navideño 2018



Fuente: Real, G. (2018)

Figura 17. Diseño de camisetas de años anteriores



Fuente: Real, G. (2019)

El producto que se va a ofrecer al usuario se basa netamente en la experiencia por tanto vamos a orientar los diseños creados a generar una conexión con el público objetivo y hacerlos parte del evento.

- **Estudio del proceso de diseño**

Se enfoca en generar propuestas eficaces de diseño de experiencia, tales como:

- Analizar el perfil del público objetivo
- Generar expectativa
- Generar artes gráficos llamativos
- Proporcionar souvenirs que generen recuerdos gratos
- Generar deseo por volver a vivir el evento.

- Los recursos con los que se cuenta son fotografías y videos de alta calidad que servirán de apoyo para generar las artes gráficas.
- Apoyo por parte de los sponsors.
- Tiempo suficiente para la campaña de publicidad.

5.2 Etapa 2 - Organización

En esta etapa nos enfocaremos en organizar toda la información obtenida en la etapa anterior, la cual nos ayudará a definir los procesos en las siguientes etapas del diseño.

- **Contenidos**

- Definición de necesidades.
- Creación de la propuesta.
- Elección de materiales.
- Elección de medios de difusión.
- Tiempo de publicidad.

- **Necesidades de los usuarios**

- Conocer los atractivos turísticos de la provincia.
- Estar al tanto de la importancia de las aves en el ambiente.
- Aprender sobre una nueva forma de turismo no invasiva con el medio ambiente.
- Conocer que pueden obtener ingresos por medio del turismo ornitológico.

- **Creación de la propuesta**

- Se realizará el diseño de una camiseta representativa del evento que se regalará a los participantes al final del evento como souvenir, generando conexión y deseo por regresar el próximo año.
- Se creará dummies publicitarios que se ubicarán en lugares específicos para la promoción del evento con una duración de 2 meses de publicidad.
- El diseño de la marca para el evento será una marca mutante que se puede modificar con cada evento pero que no pierde su forma original.
- Se creará afiches publicitarios que serán ubicados como publicidad en redes sociales para la difusión del evento, no serán impresos para evitar la contaminación ambiental y visual en la ciudad.
- Se propondrá la utilización de señalética desmontable que no genere daños en el medio ambiente y que se pueda colocar solo para el evento y se pueda retirar fácilmente para no interferir con el entorno natural de los bosques.
- Se realizará dos videos publicitarios que serán colocados en medios tradicionales como televisión y en medios online como redes sociales.

- **Elección de materiales**

- Se utilizará distintos materiales para los soportes dependiendo de su utilidad
- Para la creación de dummies utilizaremos vinilo adhesivo y Sintra (PVC) de 6 mm.
- Para la señalética desmontable utilizaremos tela con sublimados que generen conciencia y faciliten la información, esta será ubicada en forma de banderines en lugares específicos.

- **Elección de medios de difusión**

- Se utilizará plataformas convencionales y tecnológicas para difundir el evento conteo navideño de aves.
- Los dummies serán ubicados en lugares transitados como parques y terminales.
- Los afiches serán promocionados solamente en plataformas tecnológicas y difundidas en redes sociales para evitar la contaminación.
- Los videos serán publicitados en Televisión y en redes sociales.

- **Tiempo de publicidad:**

La publicidad entrará en acción tres meses antes del evento, con la finalidad de difundir información al mayor número de participantes posibles.

5.3 Etapa 3 - diseño

En esta etapa plasmaremos las propuestas finales del producto y el cómo se visualizará en los soportes elegidos a fin de que sean reconocidos por parte del público objetivo y el cliente.

Servicios y funcionalidades de los productos:

Lluvia de ideas para el nombre:

- | | |
|------------------------|-------------------------|
| ✓ Vuelo y vida | ✓ Fotografía del vuelo |
| ✓ Un dos tres, flash | ✓ Maravillas en el aire |
| ✓ Un dos tres, captura | ✓ Del aire a la vida |
| ✓ Vuelo de las aves | ✓ Del vuelo a la vida |
| ✓ Mágico canto | ✓ Canto alto |
| ✓ Alas mágicas | ✓ Vuelo de ave |
| ✓ Alas de vida | ✓ Fotografía del vuelo |

Tabla 20. Aves elegibles para formar parte de la marca

<p>Trogon coroniazul - trogon Curucuí</p>	<p>Se encuentra en Morona Santiago, Napo, Orellana, Pastaza, Pichincha, Sucumbíos. Recorre también Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Ecuador, Paraguay, y Perú.</p>
<p>Coqueta coronada - Lophornis stictolophus</p>	<p>Se encuentra en Morona Santiago, Napo, Orellana, Sucumbíos, Zamora Chinchipe</p> <p>Sus regiones naturales son el Bosque Húmedo Tropical Amazónico, Bosque Montano Oriental, Bosque Pie montano Oriental, Páramos y áreas arboladas semiáridas, por debajo de 1.300 m de altitud.</p>
<p>Tangara cabecinegra - Stilpnia cyanoptera</p>	<p>Sus hábitats naturales son los bosques húmedos subtropicales o tropicales de tierras bajas y los bosques de montaña.</p> <p>Se encuentra distribuida por Ecuador, Brasil, Colombia, Venezuela y Guyana.</p>
<p>Tangara cabeciazul - Stilpnia cyanicollis</p>	<p>Sus hábitats naturales son los bosques húmedos tropicales de tierras bajas y los bosques de montaña, incluso rastrojos montañosos.</p> <p>Esta especie de ave se encuentra distribuida en Brasil, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela.</p>
<p>Avefría tero - Vanellus chilensis</p>	<p>Su presencia es más usual en las cercanías de ríos y lagunas, sobre pasto corto, playas arenosas o barrosas, etc.</p> <p>Se encuentra en el Carchi, Guayas, Imbabura, Napo, Morona Santiago, Orellana, Pastaza, Pichincha, Sucumbíos.</p>
<p>Coliccerda crestuda - Discosura popelairii</p>	<p>Se encuentra desde la amazonía del sur de Colombia, la amazonía del Ecuador y llega hasta el este de Perú. se encuentra en peligro de extinción por las pérdidas de habitat.</p>

Autoría: Rubio, D. (2019)

Marca mutante:

Se ha creado seis fichas con las aves elegidas para crear el símbolo que formará parte del imagotipo y de los cuales se podrá elegir el elemento que formará parte de la marca mutante en los siguientes cinco años. (Ver anexo 7).

La marca se adaptará a un nuevo diseño cada año sin perder su forma original, se ha elegido a una especie en específico para el conteo de este año, y quedan propuestas las adaptaciones de otras especies para los años subsiguientes.

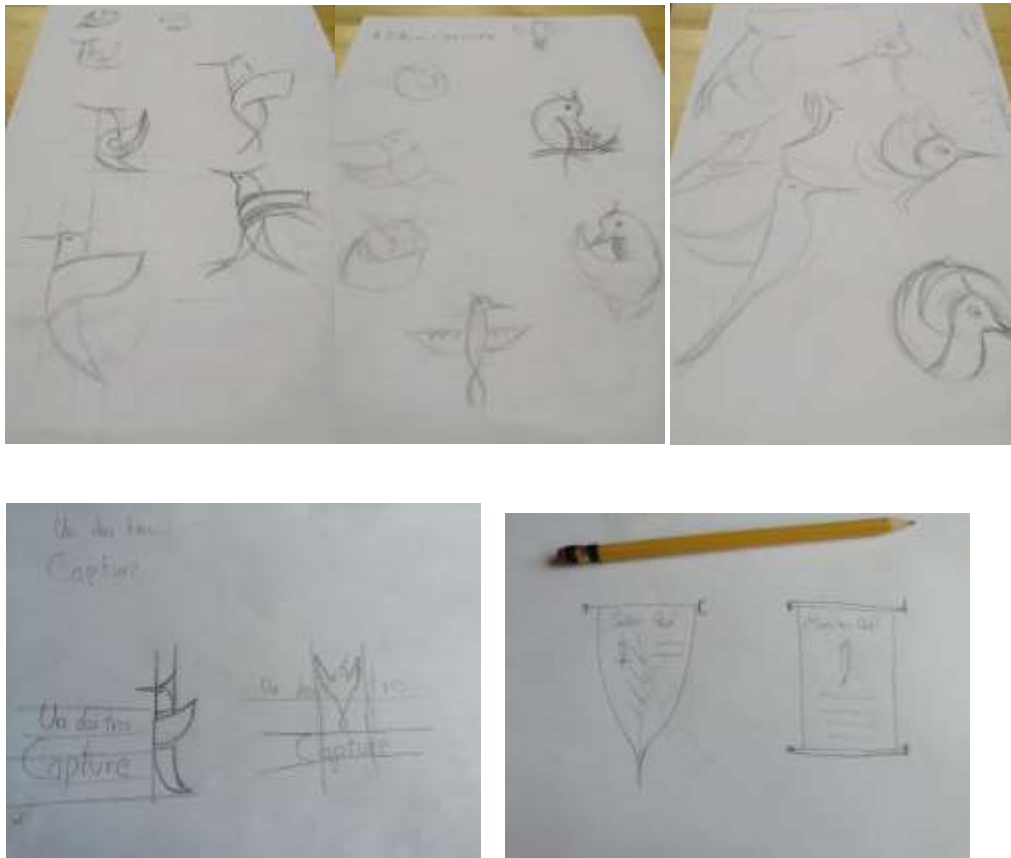
Tabla 21.Nombre para marca y ave elegidas

ELEMENTO	JUSTIFICACIÓN
Mágico Canto	En un conteo de aves, es muy importante escuchar su canto para poder identificar el tipo de ave rápidamente en base al conocimiento, por otra parte el canto de las aves es algo mágico que alegra al ser humano en las mañanas y tardes, cada ave tiene un canto único representativo de cada especie, lo que las hace tan especiales.
Coliccerda crestuda - Discosura popelairii	Es un tipo de colibrí que se logra observar en plantas comunes casi durante todo el año especialmente en la verbena y las guabas, se encuentra en peligro de extinción por pérdidas de hábitad en la provincia, al usar esta ave para la marca se desea también dar a conocer la belleza de esta especie y a su vez generar conciencia para el cuidado de la misma.

Autoría: Rubio, D.(2019)

Bocetos

Figura 18.Bocetos



- **Resultado final**

Figura 19.Marca mutante imagotipo



Autoría: Rubio, D. (2019)

- **Manual de marca:**

Especifica los usos de colores y estilos de la marca y justifica la función de cada elemento. (Ver anexo 8)

- **Afiches:**

Darán a conocer la información de una forma convencional, serán ubicados en plataformas digitales. (Ver anexo 9)

- **Señalética desmontable**

Tiene varios beneficios, ya que al ser desmontable se conserva en muy buen estado para ser colocada en el siguiente conteo navideño ahorrado así recursos, además no daña el medio ambiente debido a que es retirada al final del evento dejando el bosque intacto. (Ver anexo 10).

- **Souvenir**

Se obsequia un souvenir a quienes formaron parte del evento, como un recuerdo grato que le recuerde la experiencia vivida, se ha elegido regalar una camiseta oficial que tiene un diseño diferente cada año, este gesto hace que también sea coleccionable. (Ver anexo 11).

- **Dummys**

Dentro del diseño se conoce al dummy como una maqueta con el objetivo de simularlo más cercano a la realidad, es un objeto que simula o muestra lo que se quiere dar a conocer, en este caso la experiencia de observar aves, se utilizará dos dummys de observadores y dos de nativos shuar . (Ver anexo 12).

- **Video promocional**

En un máximo de 30 segundos se dará a conocer la fecha y el lugar del evento incluyendo los beneficios que otorga participar en este tipo de actividades.

(Ver anexo 13).

PROTOTIPOS

Manual

Figura 20.Prototipo del manual



Autoría: Rubio, D. (2019)

Afiches

Figura 21.Prototipo de afiches



Autoría: Rubio, D. (2019)

Dummys

Figura 22. Prototipo de dummys.



Autoría: Rubio, D. (2019)

Souvenirs

Figura 23. Prototipo de souvenir, camiseta.



Autoría: Rubio, D. (2019)

Señalética desmontable

Figura 24. Prototipo señalética desmontable.



Autoría: Rubio, D. (2019)

5.4 Etapa 4 – Prueba

Es la etapa en la que se comprueban las propuestas de diseño. Las pruebas se realizan tanto con clientes como con usuarios. Con los clientes con el objetivo de saber si se han logrado los objetivos y demandas planteadas. Y con los usuarios, con el objetivo de saber resueltas las necesidades identificadas.

- Pruebas de prototipos.
- Revisión de diagramas.
- Comprensión de los servicios diseñados por parte de los usuarios.

5.5 Brief creativo

Antecedentes

El conteo navideño de aves tiene origen en el año 1900 en Estados Unidos, por iniciativa del ornitólogo Frank Chapman, quien propuso a modo de protesta organizar conteos de aves en lugar de cazarlas, esta iniciativa ha ido creciendo en varios países hasta llegar al Ecuador en el año 1994, año en el cual se realizó el primer conteo navideño de aves en Mindo.

El conteo navideño de aves llegó a la provincia de Morona Santiago hace 12 años por medio de Rohan Wallace y Galo Real, quienes al notar una enorme cantidad de aves y la fauna de la provincia decidieron radicarse en la ciudad de Macas, crearon un hotel turístico con enfoque aviturista para quienes allí se hospeden, crearon en su hogar espacios verdes específicamente para atraer aves y conservar sus especies.

El conteo navideño de aves se realiza cada año a nivel mundial, en la provincia de Morona Santiago se divide los 4 fines de semana del mes de diciembre, el mismo que arroja datos muy importantes que ayudan a conocer el estado en el cual se encuentra el ambiente ya que gracias a la presencia o ausencia de aves se determina la calidad de los bosques.

Valores

- Respeto por el ambiente
- Concientización a la población
- Promueven turismo responsable

Misión

Promover el respeto por la naturaleza dando a conocer el valor turístico y medioambiental que posee la provincia de Morona Santiago por medio de actividades turísticas ecológicas enfocadas en aviturismo que beneficien a comunidades cercanas y a la naturaleza.

Visión

Escalar a base de esfuerzo y constancia hasta posicionar el evento conteo navideño de aves a nivel nacional, dándole la importancia que se merece, enfocándonos siempre en el beneficio de la comunidad, generando conciencia y respeto por la naturaleza, nuestro motor es el legado que vamos a heredar a las generaciones futuras.

Valores de la empresa

Somos una sociedad consciente que fomenta y cultiva unidad, conciencia ambiental, turismo ecológico, actividades sanas, respeto, deseos de superación, espíritu emprendedor y trato humano.

Objetivos

Objetivo de marketing

Fortalecer el posicionamiento del conteo navideño de aves en la provincia de Morona Santiago como un evento reconocido por su diversidad y calidad de promoción al cuidado de la naturaleza mediante la elaboración de la campaña publicitaria.

Objetivo de comunicación

Dar a conocer el evento el conteo navideño de aves e informar a la comunidad la existencia de un evento de calidad y protección ambiental que ofrece atraer el turismo a la provincia.

Objetivo de publicidad

Causar agrado y satisfacción con lo propuesto y generar afectividad, obteniendo un buen concepto publicitario.

Motivar a la comunidad para garantizar su asistencia al evento, de este modo también atraer a más participantes dando a conocer los beneficios que obtiene la provincia al participar.

Tabla 22. Mercado y Competencia.

COMPETENCIA DIRECTA	COMPETENCIA INDIRECTA
Conteo navideño en Sucúa	Reuniones familiares
Conteo navideño en Mindo	
Conteo navideño en Quito	
Conteo navideño en Limón Indanza	

Autoría: Rubio, D.(2019)

Tabla 23.Análisis de benchmarking

EVENTO	TIEMPO	PRECIO	EXPERIENCIA	LUGAR
Conteo navideño en Macas	X	✓	✓	✓
Conteo navideño en Sucúa	X	✓	✓	x
Conteo navideño en Mindo	X	x	✓	x
Conteo navideño en Quito	X	✓	✓	x
Conteo navideño en Limón Indanza	X	✓	✓	x

Autoría: Rubio, D. (2019)

Tabla 24.Target

SEGMENTACIÓN DE MERCADO	
GEOGRÁFICA	País: Ecuador Región: Amazonía Provincia: Morona Santiago Clima: Templado
DEMOGRÁFICA	Sexo: femenino y masculino Edad: entre 18 a 40 años Nacionalidad: ecuatorianos
SOCIOECONÓMICA	Nivel de educación: bachillerato, educación superior. Ingreso: algunos estudiantes tienen pocos ingresos, los profesionales perciben desde el sueldo básico en adelante. Ocupación: estudiantes universitarios, personas civiles y profesionales. Etnia: mestizos. Nivel Socioeconómico: media, media alta, y alta.
PSICOGRÁFICA	Personalidad: extrovertidos, tienen conciencia ambiental, independientes y relajados. Estilo de vida: disfrutan de tener plantas en su hogar. Intereses: mantener el cuidado del ambiente. Valores: abiertos al cambio, son ambientalistas.
CONDUCTUAL	Lealtad a la marca: eligen una marca que les brinde mejores beneficios y no contamine el planeta. Beneficios buscados: buscan pasar un momento agradable disfrutando de la naturaleza.

Autoría: Rubio, D. (2019)

Eje de comunicación

Eje emocional: el enfoque es emocional, ya que se basa en promocionar la naturaleza y la experiencia que se va a vivir al momento en lo que dure el evento, produciendo emoción y generando expectativa en el público objetivo.

Reason why

Dar a conocer los beneficios del aviturismo tanto en el ámbito personal como ambiental, promover el cuidado de la naturaleza de una manera innovadora y llamativa e involucrar a la comunidad a este movimiento.

Slogan del vuelo y del canto surge la vida

- **Beneficio** promueve el cuidado de la naturaleza y genera turismo en la localidad.
- **Justificación racional** si se conoce nuestro entorno y como funciona, se crea un vínculo y por tanto se lo cuida, es la única forma de proteger la naturaleza.
- **¿Cómo decir?** del vuelo y del canto surge la vida.

Tono

Formal permite dar a conocer información precisa y real, sin embargo, es persuasivo, motivando al público objetivo a interesarse en el evento.

Datos generales

El evento se enfoca en la observación de aves recorriendo rutas específicas que permitan ver la mayor cantidad de especies de aves, con la participación de guías y ornitólogos especializados tanto como de personas aficionadas, generando al final del día una lista de especies observadas que sirven como base de datos para revisar calidad ambiental.

Mandatories

Texto legal (spot publicitario.)

Video 1; video de 30 segundos con música de fondo y videos cortos de aves, texto que motiva al público objetivo a asistir al evento, finalizando con los créditos a los auspiciantes.

Video 2; video de 24 segundos con música instrumental de fondo y voz en off, explicando detalles del evento y su importancia, finalizando con los créditos a los auspiciantes.

Presupuesto

El presupuesto para esta campaña es de \$2.000 que estará dividido entre medios tradicionales y online, en la creación de souvenirs, alimentación y transporte para los participantes.

Timing

La duración de la campaña será de tres meses.

- ✓ Tres meses en redes sociales (Facebook, Instagram).
- ✓ Dos meses Dummies Publicitarios colocados en lugares estratégicos.
- ✓ 3 semanas en televisión.

Táctica

Se colocará la publicidad audiovisual y afiches digitales en redes sociales, se ubicarán Dummies publicitarios que generen expectativa en puntos clave, como parques y centros de recreación familiar, en los que se pondrá información específica de las rutas a recorrer, mismos que serán ubicados al principio de cada ruta el día del evento.

Fase de acción y evaluación:

Se hace un análisis de la acogida dentro de los medios online gracias a google analytics que nos ofrece un análisis y evaluación en tiempo real de nuestra campaña, también se evaluará la interacción del público con los dummies.

PROGRAMA DE MEDIOS

SOPORTE	MEDIOS	VARIABLES		MESES									TOTAL
				OCTUBRE			NOVIEMBRE			DICIEMBRE			
AFICHES	Instagram	Horario 1	24 horas	Costos por días	N° de días	Costos total	Costos por días	N° de días	Costos total	Costos por días	N° de días	Costo total	93
		Días	del 1 de octubre al 22 de Diciembre	1	31	31	1	30	31	1	22	22	
		N° de repeticiones	permanente por el tiempo designado										
	Facebook	Horario 1	24 horas	Costos por día	N° de días	Costos total	Costos por día	N° de días	Costos total	Costos por día	N° de días	Costo total	93
		Días	del 1 de octubre al 22 de Diciembre	1	31	31	1	30	31	1	22	22	
		N° de repeticiones	permanente por el tiempo designado										
DUMMYS	Puntos estratégicos de la ciudad	Horario 1	24 horas				Costo inicial	N° de días	Costos total		N° de días	Costo total	300
		Días	del 1 de octubre al 22 de Diciembre				300	30	300		22	22	
		N° de repeticiones	permanente por el tiempo designado										
TELEVISIÓN	Canales televisivos de la provincia	Horario 1	Horas clave de noticiero				Costos por día	N° de días	Costos total	Costos por día	N° de días	Costos total	300
		Días	Del 1 de Diciembre al 25 de diciembre				5	30	150	5	30	150	
		N° de repeticiones	3 veces al día										
				MONTO FINAL EN NÚMEROS			MONTO FINAL EN LETRAS						
				\$ 786			Setecientos ochenta y seis dólares						

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- La investigación realizada determina que la provincia de Morona Santiago tiene grandes oportunidades de crecer turísticamente, existen muchas oportunidades clave para hacerla crecer, empezando por promover los atractivos de la misma, los cuales serían una fuente de ingresos muy importantes que beneficiaría grandemente a la población.
- El enfoque de diseño no estaba orientado de la manera correcta, cada año salía el evento sin el tiempo necesario para una comunicación efectiva, lo que solo lograba que pocas personas acudan, ya que el resto de la población desconocía la existencia del evento, el cual se pudo determinar a través de encuestas que tendría una amplia acogida aplicando las técnicas correctas del diseño de experiencias.
- Se ha creado una serie de elementos gráficos que lograrán generar esa experiencia en el usuario que se desea transmitir, el conocimiento del diseñador sumado al conocimiento de los organizadores del evento y concedores del turismo ornitológico, han logrado crear propuestas únicas que generarán en el público objetivo el deseo de involucrarse y participar en el evento.
- Se ha creado una marca mutante del evento basada en la cromática de la bandera de Morona Santiago que no cambiará su nombre, pero su logo puede cambiar cada año adaptándose fácilmente, promocionando un ave distinta cada vez, pero sin cambiar su estilo permitiendo dar a conocer algunas de las especies que pueden ser vistas en la provincia.

Recomendaciones

- El diseño de experiencias se enfoca en generar una reacción positiva en el usuario, por tanto, promover el evento mediante esta técnica es de gran ayuda, pero la experiencia que tendrá cada participante también estará basada en como se sienta durante la expedición, en el conocimiento que brinden los guías, la importancia que les den a cada participante y la seguridad de los senderos, todo esto generará un vínculo que despertará el deseo de participar en los siguientes eventos.
- Se recomienda usar los formatos establecidos en el manual de marca para la utilización de la misma sin deformarla, ni cambiarla para cada soporte, ya que esto generaría un desorden visual y evitará que el público objetivo la reconozca generando confusión y no tendrá pregnancia alguna.
- Es muy importante aplicar el plan de medios en el tiempo que se determina para lograr una comunicación efectiva y dar a conocer la existencia del evento, de esta manera se logrará aumentar el número de asistentes al evento.
- Por otro lado, se recomienda tener en cuenta el turismo ornitológico como fuente de ingresos que beneficia y no genera daños al ambiente, aportando positivamente a la provincia tanto económica como ecológicamente.

BIBLIOGRAFÍA

- Alonso, J. d. (2006). El turismo ornitológico: concepto y mercados. referencias al destino extremadura. *Estudios Turísticos, n.o169-170*, 165-182.
- Bringas Rábago, N., & Ojeda Revah, L. (2000). El ecoturismo: ¿una nueva modalidad del turismo de masas? *Economía, Sociedad y Territorio, II*, 373-403.
- Forero La Rotta, A., & Ospina Arroyave, D. (2013). El diseño de experiencias. *Revista de arquitectura*, 78-83.
- Freile, J. F., Carrión, J. M., Prieto Albuja, F., Suárez, L., & Ortiz Crespo, f. (2006). La ornitología en Ecuador: un análisis del estado actual del conocimiento y sugerencias para prioridades de investigación. *Ornitología Neotropical*, 183–202.
- Hekkert, P., & Snelders, H. (1999). Il nuovo l'appropriato come componenti nella valutazione dell'originalita del design. *Rassegna di psicologica*, 97-109.
- ICT. (2017). Formas de turismo. *Plan nacional de desarrollo turístico de Costa Rica*, 33.
- Izco, J. (2004). *Botánica 2ªed*. Madrid: McGraw-Hill.
- Lopez Roig, J. (2008). El turismo ornitológico en el marco del postfordismo, una aproximación teórico-conceptual. *cuadernos de turismo*, 85-111.
- Maynar Aguilar, M. (2008). *Destinos de turismo ornitológico*. Murcia: Sepinum S.L.
- Mindo Cloudforest foundation. (2006). Estrategia Nacional de Aviturismo. *Estrategia nacional para el manejo y desarrollo sostenible para el aviturismo en el Ecuador*. Quito, Ecuador: CORPEI.

- Ortiz Nicolás, J. (2014). Qué es la experiencia del usuario en el diseño de producto. *Diseño, Experiencia, Usuario, At Ciudad de Mexico: Universidad Autónoma Metropolitana* (págs. 1-11). México: Imperial College London.
- Ridgely, R., & Greenfield, P. (2001). *The Birds of Ecuador*. Ithaca, United States: Cornell University Press.
- Ronda Leon, R. (2016). Diseño de Experiencia de Usuario: etapas, actividades, técnicas y herramientas. *No solo usabilidad*, 7-13.
- Trigueiro, C. M. (1999). *Marketing e turismo: como planejar e administrar o marketing turístico para uma localidade*. Rio de Janeiro: Qualitymark.
- Valero, J. (Marzo de 2010). *Universidad de Pamplona*. Recuperado el 17 de abril de 2019, de
Diseño de Experiencias:
http://ftp.unipamplona.edu.co/kmconocimiento/Congresos/archivos_de_apoyo/Dise%F1o_de_Experiencias.pdf

ANEXOS

Anexo 1. Encuestas



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN, HUMANAS Y

TECNOLOGÍAS

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

ENCUESTA

Proyecto De Tesis: “Posicionamiento del turismo ornitológico en la provincia de Morona Santiago por medio del diseño de experiencias”

1.- ¿Cree que exista una forma de turismo que genere ingresos y ayude a preservar la naturaleza?

Si ____ No ____

¿De qué manera? _____

_____.

2.- ¿Si existiese una actividad que incremente el turismo en la provincia estaría dispuesto a apoyarla?

Sí ____ No ____

¿Por qué? _____

_____.

3.- ¿Realiza usted algún tipo de turismo?

Si____ No ____

¿Por qué?_____

_____.

4.- ¿Cree usted que motivar a los turistas tanto nacionales como internacionales a visitar la provincia genere ingresos?

Si____ No ____

¿Por qué?_____.

5.- ¿Ha escuchado hablar del conteo navideño de aves en Morona Santiago?

Mucho____ Poco____ Nada____

6.- Si usted pudiese asistir a un evento gratuito que ayude a promover el turismo de aves exóticas y preservación de la naturaleza ¿lo haría?

Si____ no ____

¿Por qué?_____

_____.

7.¿Cuántas especies de aves conoce usted dentro de la provincia de Morona Santiago?

0

1-5

5-10

10 o más

8.- Al final de un evento ¿Qué es lo que más recordará?

Los souvenirs (recuerditos)

La experiencia

El dinero invertido

Otro: _____
_____.

9.- Si pudiese recibir un souvenir al final de un evento de aviturismo ¿Qué le gustaría obtener?

Camiseta

Llavero

Sticker

Otro, especifique: _____.

10.- ¿Cree que un buen diseño ayude a promocionar adecuadamente un evento?

Si _____ No _____

¿Por
qué? _____
_____.

Anexo 2. Registro fotográfico Zoológico de Guayllabamba



Anexo 3. Registro fotográfico parque nacional llanganates

PARQUE NACIONAL LLANGANATES-TENA Registro fotográfico

Rutas definidas

Uso de botas

Involucrarse en la tradición

Vestimenta representativa

Relax

Colección de fotografías

Alimentación

Conocimiento de la zona

Seguridad

Áreas específicas

Guía de campo


Fuente: Zoologico de Guayllabamba

Créditos: Daniela Rubio


Anexo 4. Registro fotográfico parque nacional Ilanganates

ZOOLÓGICO LOS JAGUARES


Registro fotográfico




Áreas de comida




Baños




Seguridad al usuario




Información




Entretenimiento familiar




Animales sanos



Áreas verdes



Interés en los animales



Descripción del animal

Fuente: Zoologico los jaguares

Créditos: Daniela Rubio

Anexo 5. Entrevistas

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

ENTREVISTA N° 1

Proyecto De Tesis: “Posicionamiento del turismo ornitológico en la provincia de Morona Santiago por medio del diseño de experiencias”

Entrevistadora: Daniela Rubio

Entrevistado: Lic. Fabricio Peñaranda (técnico de turismo en el municipio de Limón Indanza)

Instructivo: conteste con veracidad las siguientes preguntas

TEMA: la importancia de promover el turismo ornitológico en Morona Santiago por medio del diseño de experiencias

1. Como observador de aves ¿Cuál es su punto de vista con respecto al medio ambiente?

Conservar el medio ambiente es un tema bastante importante ya que de ello depende todo, en nuestro caso ayuda a promover el turismo, la naturaleza abarca especies únicas que debemos preservar, y no pudiéramos subsistir si no se conservara ni se respetara la naturaleza.

2. ¿Por qué cree que es importante promover o crear campañas de concientización para preservar las aves?

Se debe encontrar un equilibrio, cada especie cumple una función muy importante en la naturaleza, el aviturismo nos permite estar en contacto con lo natural, relajarnos, estar en el bosque disfrutando. Es importante que la gente empiece a valorar la fauna, aunque lastimosamente venimos de una época en la que era normal cazar y matar animales, pero todavía estamos a tiempo para poder cambiar ese pensamiento, las aves son súper importantes por las funciones que cumplen y sería muy bueno dar a conocer cuál es su función en el ecosistema.

3. Desde su punto de vista, ¿cree que el conteo navideño de aves sea una opción que genere conciencia e incremente el turismo en la amazonía?

En mi experiencia yo he ido recibiendo cursos e informándome mejor y he notado que el conteo de aves es una gran oportunidad para involucrarse, muchas veces quienes acuden lo hacen por curiosidad, y al final salen siendo amantes a las aves y siguen participando cada año, eso fue lo que me pasó a mí. Lastimosamente en nuestro cantón solo tenemos como 4 o 5 personas interesadas en aviturismo, una de las limitantes son la falta de equipos que son un poco costosos. Gracias al conteo se recopila información que sirve de base de datos, para ingresar información valiosa a la provincia.

4. ¿Cuál es su visión a futuro con respecto al aviturismo?

Lo que veo en mi zona es que el cantón se va a convertir en un nicho de preservación de naturaleza, estamos apuntando a lo que es preservación de aves, hemos publicado una guía de aves de la zona en la cual están registradas 407 especies, y es bueno promover el aviturismo, estoy seguro que el cantón llegará a ser conocido por su variedad de aves.

5. ¿Cómo cree usted que el diseño gráfico puede ayudar al aviturismo?

El diseño nos puede ayudar desde una promoción, diseños de publicidad y campañas, se podría trabajar con la ilustración digital, también guías educativas que ayuden a dar a conocer al público lo que tenemos en la provincia, somos más visuales lo que resulta fácil comprender algo que no conocemos.

6. ¿Qué entidades son las más apropiadas para promover el turismo ornitológico?

Los gobiernos municipales son quienes se han apoderado de estos proyectos, también hay gremios o asociaciones de guías de localidades. En la provincia existen más apoyo en empresas privadas, pero los gobiernos municipales son los que más han apoyado al proyecto de los conteos navideños

7. ¿Qué recursos textuales y/o visuales deberían considerarse para la promoción del turismo ornitológico?

Sería muy importante poner señalética en las áreas protegidas, también información sobre las aves que se pueden ver en ciertas zonas, letreros con gráficos ya que es más fácil de comprender.

8. Describa de forma rápida ¿cómo se observan las aves?

Es muy sencillo, se necesita estar en un área natural, observar las especies con binoculares, ya que son necesarios para ver detalladamente las especies, el guía debe saber muy bien que va a explicar al turista. Se hace un conteo por especies y por cantidad de aves, esto se realiza en zonas abiertas, el experto en aves es quien va explicando lo que se observa.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN, HUMANAS Y

TECNOLOGÍAS

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

ENTREVISTA N°2

Proyecto De Tesis: “Posicionamiento del turismo ornitológico en la provincia de Morona Santiago por medio del diseño de experiencias”

Entrevistadora: Daniela Rubio

Entrevistado: Ing. Patricio Estrella (Dueño de Tayos expeditions, en el cantón Limón Indanza)

Instructivo: conteste con veracidad las siguientes preguntas

TEMA: la importancia de promover el turismo ornitológico en Morona

Santiago por medio del diseño de experiencias

1. **¿Cómo observador de aves cuál es su punto de vista con respecto al medio ambiente?**

Pienso que debemos tener un equilibrio en la vida y no pensar egoístamente que los humanos somos los dueños de este planeta, debemos tener una armonía con la naturaleza y respetarla ya que nos provee todos los servicios ecosistemicos.

Lastimosamente la avaricia ha destruido la naturaleza, tengo el pensamiento de aprovechar las bondades que nos brinda y la belleza faunística de una forma sustentable promoviendo el ecoturismo en la región. En la provincia este tema recién está fomentándose, pero deberíamos poner más énfasis y aprovechar los recursos naturales y de cierta manera evitar que siga destruyéndose el planeta.

2. ¿Por qué cree que es importante promover o crear campañas de concientización para preservar las aves?

Crear campañas de concientización son importantes, debido a que no tenemos educación ambiental, no se profundiza en temas de conservación, las campañas serían muy importantes para reconocer el rol que cumplen las aves que son muy importantes, dar a conocer a las nuevas generaciones van a recibir las nuevas ideas y evitar que se siga destruyendo el planeta por la falta de información. Es por eso que existe el “Global Big Day”, el conteo navideño de aves, para promover el cuidado de la naturaleza y hacer que se sumen más personas al cuidado de las especies.

3. Desde su punto de vista, ¿cree que el conteo navideño de aves sea una opción que genere conciencia e incremente el turismo en la amazonía?

Ecuador siempre ha estado entre los primeros puestos de los países con más aves, el conteo navideño si ha logrado hacer conciencia ciudadana, es cierto que la gente no conoce la belleza de las aves, pero una vez que se empieza a tener el gusto, empiezan a buscar más aves. Esto si puede llegar a generar turismo, pero los turistas internacionales no llegan mucho a la zona para la observación, ya que hay varias limitantes, como falta impulso para hacerlo surgir correctamente, la idea es que los conteos logren generar más interés en la población, poco a poco se puede lograr promover .

4. ¿Cuál es su visión a futuro con respecto al aviturismo?

Limón Indanza al ser una ladera oriental de los andes posee varios pisos altitudinales, al tener esta diversidad nos convierte en un cantón rico en ecosistemas. Se ha creado una guía de las aves que existen, se espera actualizarla pronto con más especies. Una debilidad es que no hay guías especializados en aves, se debería capacitar a guías sobre todo que sean bilingües ya que tenemos un público extranjero y se desea brindar un buen servicio. Creo que toda la provincia tiene mucho potencial y mucha diversidad con gran riqueza de aves que se debería aprovechar.

5. ¿Cómo cree usted que el diseño gráfico puede ayudar al aviturismo?

Estamos en una era en la que todo es diseño y la mejor publicidad vende, a través del diseño promover el aviturismo y ayudar al observador de aves, gracias a las aplicaciones que existen acerca de aves, hay aplicaciones pagadas y gratuitas que permiten conocer todo tipo de aves no solo nacional sino también mundialmente, elaboración de materiales educativos, promoción y diseño de publicidad creo que son los puntos más importantes.

6. ¿Qué entidades son las más apropiadas para promover el turismo ornitológico?

Yo creo que debería ser el MAE o el Ministerio de Turismo, pero ellos esperan que nosotros les demos la idea, no lo hacen por iniciativa propia. Casi siempre surge de la parte privada la iniciativa del aviturismo, sería muy bueno que los GADS apoyen la iniciativa con capacitaciones, crear material publicitario, creo que el ministerio del ambiente sería una opción que deberían estar impulsando este tipo de actividades, talvez falta de recursos o de apoyo no se ha tomado muy en cuenta este objetivo del aviturismo. Creo que en Macas debería haber una

universidad que cree carreras ambientales como ecoturismo o biología que es lo más apropiado para la provincia, ya que teniendo todo esto no lo aprovechamos apropiadamente.

7. ¿Qué recursos textuales y/o visuales deberían considerarse para la promoción del turismo ornitológico?

Siempre he dicho que debemos tener identidad, dar a conocer lo que realmente hay, muchas veces no se asesoran y publican fauna que no es de aquí, y confunden al turista, la parte visual debe ser demostrativa de lo que realmente ofrecemos y hay en la provincia, creo que la publicidad adecuada o afiches que te conecten con la naturaleza como vive la aventura o cosas así, ayudaría mucho, y la gente desea sentir la conexión, a través de la imagen se puede concebir esa idea.

8. Describa de forma rápida ¿cómo se observan las aves?

El equipo es muy necesario para la observación, n puede faltar el guía , una cartilla de apuntes para anotar pequeños detalles, una mochila, botella de agua, botas de caucho, la ropa que se usa debe ser de colores camuflados para pasar desapercibidos en el bosque y que las aves no nos vean como una amenaza. Los mejores horarios para observar aves son de 5:30 a 9:00 am, se puede observar su alimentación, la formación de bandadas entre diferentes especies de aves que se protegen entre ellas, también se ven los cortejos entre ellas, la actividad disminuye el resto del día y retoma de 5:00pm hasta las 6 pm. Los lugares para realizar la observación puede ser cualquier lugar pero es mejor en bosques ya que hay mayor cantidad de especies.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN, HUMANAS Y

TECNOLOGÍAS

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

ENTREVISTA N°3

Proyecto De Tesis: “Posicionamiento del turismo ornitológico en la provincia de Morona Santiago por medio del diseño de experiencias”

Entrevistadora: Daniela Rubio

Entrevistado: Biólogo Jorge Brito (Instituto Nacional de Biodiversidad en Quito)

Instructivo: conteste con veracidad las siguientes preguntas

TEMA: la importancia de promover el turismo ornitológico en Morona Santiago por medio del diseño de experiencias

1. ¿Cómo observador de aves cuál es su punto de vista con respecto al medio ambiente?

Incentivar a las comunidades a conservar la naturaleza es una de las mejores alternativas ecológicas para la preservación del medio ambiente, evitando la cacería y promoviendo el movimiento económico. Las aves son indicadores de calidad ambiental, la deforestación es un factor determinante en la salud del ecosistema, preservar el ecosistema está en las manos de cada gobierno provincial y la comunidad.

2. ¿Por qué cree que es importante promover o crear campañas de concientización para preservar las aves?

Llega a ser importante por que toca el tema de la economía verde, es decir es una actividad de turismo ecológico que no implica una alteración dentro del hábitat y serviría como fuente de ingreso en las comunidades ya que es un turismo a largo plazo, si las comunidades se dieran cuenta cuan valiosas son las aves tendrían más cuidado de la naturaleza, lograr que los niños y adolescentes sean parte de estas campañas ayudaría a garantizar el futuro de muchos y tomar conciencia de lo que tenemos, trabajando en comunicar lo mucho que perjudica al medio ambiente el comercio ilegal de animales o la tala indiscriminada de bosques

3. Desde su punto de vista ¿cree que el conteo navideño de aves sea una opción que genere conciencia e incremente el turismo en la amazonía?

Es una opción viable ya que junta personas que no necesariamente tienen que ser expertos en aves o saber inglés, o saber todo acerca del tema, sino que se puede formar un grupito, en familia o amigos para observar aves. El conteo navideño es una opción ecológica que involucra a la ciudadanía en general, se da a conocer la diversidad que existe en el Ecuador y da a conocer las maravillas que hay en los bosques, atraer más personas es una de las más grandes metas.

4. ¿Cuál es su visión a futuro con respecto al aviturismo?

Ecuador tiene de todo, si trabajamos como se debería, el aviturismo lograría ser muy conocido, siempre y cuando existan instituciones que apoyen esta iniciativa, ya que creo que el aviturismo es un tipo de turismo muy rentable y ecológico que genera dinero y concientización al mismo tiempo.

5. ¿Cómo cree usted que el diseño gráfico puede ayudar al aviturismo?

Es un factor súper importante ya que en el tema de promoción y venta funciona, si se usa un enfoque dinámico funcionaria mucho en el tema de observación de aves, en este caso si es diseño de experiencias, procurar que el usuario tenga una experiencia agradable en todo momento y se lleve un recuerdo que genere el deseo de regresar a vivir la experiencia el siguiente año atrayendo también así a más personas.

6. ¿Qué entidades son las más apropiadas para promover el turismo ornitológico?

Si las entidades de gobierno trabajasen como se debería con respecto al aviturismo, sería muy bueno. Existen lugares que ya viven del aviturismo como el napo Wild center y la ciudad de Mindo.

7. ¿Qué recursos textuales y/o visuales deberían considerarse para la promoción del turismo ornitológico?

Como recursos visuales yo pienso que es muy importante que se generen afiches para ubicarlos dentro de la ciudad y también se podría publicar por medio de redes sociales para así llegar a más personas y conozcan la existencia de este tipo de turismo.

8. Describa de forma rápida ¿cómo se observan las aves?

Es muy importante no abrir nuevos senderos sino utilizar los que ya existen, sin alterar el medio ambiente. Se debe utilizar ropa oscura que no llame la atención e ir en mucho silencio para no asustar a las aves, grupos de máximo 8 personas por equipo para poder observar correctamente, se debe saber manejar los playback y utilizar los sonidos correctos para llamar la atención de las aves.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN, HUMANAS Y

TECNOLOGÍAS

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

ENTREVISTA N°4

Proyecto De Tesis: “Posicionamiento del turismo ornitológico en la provincia de Morona Santiago por medio del diseño de experiencias”

Entrevistadora: Daniela Rubio

Entrevistada: Ornitóloga Glenda Pozo (Instituto Nacional de Biodiversidad en Quito)

Instructivo: conteste con veracidad las siguientes preguntas

TEMA: la importancia de promover el turismo ornitológico en Morona

Santiago por medio del diseño de experiencias

1. ¿Cómo ornitóloga cuál es su punto de vista con respecto al medio ambiente?

Para mí, el medio ambiente es todo lo que nos rodea y de lo que somos parte, nosotros sin el medio ambiente no somos nada, los humanos debimos tener una función como depredadores, pero ahora la especie humana tuvo una sobrepoblación que representa una plaga y aún estamos a tiempo de detener un poco el daño. Hablando del ambiente, es una red de organismos interconectados que cumplen un papel fundamental en el planeta y respeta todas las funciones de las demás partes.

2. ¿Por qué cree que es importante promover o crear campañas de concientización para preservar las aves?

Las aves son uno de los grupos más numerosos de vertebrados que tienen diferentes funciones; como polinizadores, dispersores de semillas, carroñeros, rapaces etc. Estas especies controlan el medio ambiente y cumplen funciones muy importantes en el ecosistema, si un grupo de aves desaparece, el medio ambiente sufre un cambio drástico, lo que la gente no sabe es la importancia de los carroñeros, estos ayudan a controlar las plagas como ratas, mosquitos etc y mantener un ambiente regulado, es necesario dar conocer sus funciones y así evitar que los exterminen, este es solo un ejemplo para darse cuenta de la importancia de las aves en el ecosistema.

3. Desde su punto de vista, ¿cree que el conteo navideño de aves sea una opción que genere conciencia e incremente el turismo en la amazonía?

Definitivamente si, por que uno solo comienza a querer cuidar las cosas cuando uno conoce y cuando lo vive de primera mano, no porque le cuenten, para mí el conteo de aves es una herramienta para que la gente comience a acercarse al medio ambiente, a formar parte de este grupo que es bastante llamativo y fácil de ver y de interactuar. A la gente comienzan a gustarle las aves y empiezan a generar deseo de ver más especies cuando comienzan a conocerlas, aprender sobre cómo se crían las aves, como se reproducen, en que zonas se encuentran, allí empiezan a enamorarse de las aves, cuando tú te enamoras de algo que te gusta quieres conservarlo, y es como una cadena, ayuda a que la gente continúe conociendo e integrando más personas.

4. ¿Cuál es su visión a futuro con respecto al aviturismo?

Para mí el aviturismo es una fuente potencial económica para el país, porque ventajosamente vivimos en uno de los países con mucha diversidad, en el cual en 4 días puedes visitar las 3 regiones y ver muchas especies de los diferentes ecosistemas, esto tú lo promocionas y atrae al turista extranjero y eso es entrada de dinero al país, tanto que ayuda también al turismo comunitario. Veo que es algo que está en potencia, ya que cada vez hay más gente interesada, incluso en el país hay grupos de observación de aves que han crecido muy rápido en los últimos años, es una forma que el país tiene crecer económicamente sin sacrificar el medio ambiente.

5. ¿Cómo cree usted que el diseño gráfico puede ayudar al aviturismo?

Para mí el diseño gráfico también es una forma de arte, es una herramienta para atraer a la gente, ya que somos muy visuales, enfocando bien a la publicidad, a que es lo que ofrezco y que experiencia quiero dar para que el turista se lleve un recuerdo inolvidable de esos momentos únicos.

6. ¿Qué entidades son las más apropiadas para promover el turismo ornitológico?

Idealmente creo que sería el ministerio de turismo, pero no solo ellos, sino que también se debe hacer esfuerzos a nivel de prefectura, ellos tienen recursos para esto, aparte ahora estamos en una época en la que queremos promover preservación del medio ambiente. Existen colectivos internos en Ecuador que han avanzado de manera muy rápida, tales como, “aves Ecuador”, “pajareando ando” y estos grupos están difundiendo de gran manera, más que todo quienes lo hacen, lo hacen por pasión.

7. ¿Qué recursos textuales y/o visuales deberían considerarse para la promoción del turismo ornitológico?

Visuales podrían ser promociones de las especies que se van a encontrar específicamente aquí, especies llamativas, que la gente quiera ver, y publicarlos en pancartas y redes sociales, para mi redes sociales es el medio por el que más fácil se difunde, entonces es una estrategia clave. No olvidarnos nunca de las fotos de estas especies, en la forma textual creo que estaría bien hacer folletos con las especies que se van a encontrar, así el turista puede guiarse y llevarse como recuerdo de la experiencia que tuvo, porque a quienes acuden les gusta tener un registro de lo que vieron, y se incluyen más.

8. Describa de forma rápida ¿cómo se observan las aves?

Primero es la paciencia, se debe madrugar ya que en la mañana es cuando más aves hay, no olvidarse jamás los binoculares, lista de chequeo, lápiz, ropa adecuada oscura, no se debe hacer ruido y hay que estar muy atento, sobre todo no frustrarse si no puedes verlo todo a la primera, ver los detalles de lo que está haciendo cada ave para poder identificarlas fácilmente y separarlas por grupos, anotar todo lo que vez es importante e indicarle al guía para comprender mejor.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN, HUMANAS Y

TECNOLOGÍAS

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

ENTREVISTA N°5

Proyecto De Tesis: “Posicionamiento del turismo ornitológico en la provincia de Morona Santiago por medio del diseño de experiencias”

Entrevistadora: Daniela Rubio

Entrevistado: Lic. Galo Real (Organizador del evento “conteo navideño de aves en Morona Santiago”)

Instructivo: conteste con veracidad las siguientes preguntas

TEMA: la importancia de promover el evento conteo navideño de aves en

Morona Santiago.

1. ¿Como especialista en observación de aves que opina acerca del medio ambiente?

Somos parte de todo, a raíz de tantos años que he podido viajar me he dado cuenta que somos un país muy rico en recursos naturales pero que no estamos cuidando al ambiente y lastimosamente es una realidad que como seres humanos estamos destruyendo, muy rápidamente la naturaleza y la extinción es obvia, y no nos hemos dado cuenta que sin medio ambiente no hay nada, y sin embargo no hacemos nada para realmente evitarlo.

2. ¿Por qué cree que es importante promover o crear campañas de concientización para preservar las aves?

Las aves son dentro de los animales uno de los principales bioindicadores de la naturaleza, significa que si vemos abundancia de aves, estamos viendo un bosque saludable , un aire y aguas limpias, sirve para la conservación de los bosques, mientras mas arboles hay más aves hay, esto mejoraría la calidad de vida .

3.¿Cree que el conteo navideño de aves sea una opción que genere conciencia e incremente el turismo?

Absolutamente, actividades como estas van a generar a la larga actividad que repercuten en el desarrollo económico de la provincia, de hecho es una de las finalidades del evento, ya que una comunidad también necesita sustentabilidad.

4.¿Cómo cree usted que el diseño gráfico puede ayudar al aviturismo?

Ayuda a dar a conocerá mas personas en el entorno acerca de lo que vio en un evento de turismo, postear fotografías en internet con un diseño llama a más personas, y genera interés por acudir a un evento, si tienes un buen diseño y este se difunde adecuadamente por redes sociales tu empresa crece.

5. ¿Qué entidades cree que son las más adecuadas para promover el turismo ornitológico?

Ministerio de turismo , ministerio de ambiente, organizaciones no gubernamentales que ayuden a la preservación , empresas privadas relacionadas con la preservación, gente particular que está relacionada con la conservación, activistas, biólogos, profesores.

6. ¿Qué recursos textuales o visuales se deberían tomar en cuenta para la promoción de turismo ornitológico?

Fotografía y video, cuando yo doy charlas y les muestro fotografías de pájaros, algunos reconocen que ave es y se interesan conocer más acerca de ella y dicen pero esa ave yo la veo en mi casa, es cuando yo digo, para ver esa ave personas viajan mucho desde otros países hasta acá, una fotografía bien tomada encanta demasiado.

7.¿Qué espera a futuro con la promoción del evento conteo navideño de aves?

Tener mas participantes cada año, mientras mas participantes tenga , me sentiré mas satisfecho, ya que mientras mas participantes vengan, significa que hay al menos una esperanza de enseñar a valorar las aves desde casa, esto genera que el siguiente año vengan mas participantes.

8. ¿Por qué usted decidió promover la iniciativa del aviturismo en Morona Santiago?

Yo creí que venir a macas iba a ser como Mindo, porque aquí hay de todo, hay ríos, árboles, bosques y miles de aves, entonces era fácil emprender el aviturismo, porque yo vivía en Mindo, casanga y había viajado a otros países, esto lo hice por muchos años y sabia como llevar a cabo este negocio, creí que en Macas era una buena idea poner la primera operadora de aviturismo en la provincia ya que aquí nadie había iodo hablar de esto antes y teniéndolo todo aquí mismo, vinimos por que la materia prima es increíble, hay tantas aves para vivir todo el día mirándolos. Me complace saber que si en algo he promovido el aviturismo en el cantón Limón Indanza y quiero seguir adelante con este proyecto y que sea el legado para mis hijos.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN, HUMANAS Y

TECNOLOGÍAS

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

ENTREVISTA N°6

Proyecto De Tesis: “Posicionamiento del turismo ornitológico en la provincia de Morona Santiago por medio del diseño de experiencias”

Entrevistadora: Daniela Rubio

Entrevistado: Lic. Ramiro Enríquez Quezada (dueño de Brandem Estudio)

Instructivo: conteste con veracidad las siguientes preguntas

TEMA: importancia del diseño de experiencias para promover el turismo

1. ¿Como diseñador que es lo que más desea al entregar un trabajo?

Me gusta ver como aplican de manera adecuada el producto que les entrego, yo hago branding y manuales de uso, y como diseñador me satisface ver que utilicen los recursos adecuadamente, ya que para realizar un trabajo existe una investigación bien amplia para sustentar el diseño.

2.¿Que es el diseño de experiencias para usted?

Yo me dedico a gestión de marcas y branding, hay que tener en cuenta que no sabemos en que momento nace la experiencia, pero está muy vinculado con el marketing y con la experiencia que tiene el usuario con un producto de una marca específica, deja ver como una marca afecta de manera psicológica a un usuario, las empresas se dieron cuenta de esto para generar ciertas expectativas y emociones en los clientes.

3. ¿Por qué es importante innovar a través del diseño?

Innovar es algo que por naturaleza nosotros hacemos, si tú no innovas algún producto, servicio o destino, te estancas y si algo se vuelve monótono no llama la atención, es simple si no innovas que quedas atrás.

4. ¿Cree que el diseño de experiencias ayude a promover el turismo?

El turismo es una de las áreas que más necesita de diseño de experiencias, porque en este caso el turista llega con una expectativa, el destino a donde va debe al menos cumplir las necesidades y expectativas que el usuario tiene, para generar un buen diseño de experiencias se debe incluso superar esas expectativas.

5. ¿En que se basa el diseño de experiencias?

Se basa en crear emociones psicológicas al usuario, porque todo nos genera experiencias estas pueden ser positivas, negativas o neutras, por ejemplo si yo deseo obtener una buena experiencia de turismo, el destino que yo visite tiene que superar mis expectativas, el proyecto debe estar bien diseñado, no hecho al apuro, quien lo hace debe estudiar a la persona y sus comportamientos para poderlos sorprender, si los conocemos bien, nosotros podemos hacer un sistema de actividades acorde a los gustos de las personas.

6. ¿Por qué es importante generar expectativa para promocionar un producto o evento?

Es muy importante ya que lastimosamente en nuestra cultura estamos acostumbrados a que cinco o diez días antes recién se promociones un evento, entonces para el público no le llama la atención y piensan que es un evento más o muchas veces ni se enteran, entonces generar expectativa es algo bueno, si se realiza una campaña de expectativa

adecuada la gente va a estar esperando con ansias , si antes de un evento tu logar llamar la atención del evento es muy importante enganchar al público objetivo, la persona estará muy predispuesta a asistir al evento porque sabe lo que va a obtener.

Conclusiones de las entrevistas

- Debemos cuidar el medio ambiente porque formamos parte de ello, a pesar del daño causado a los recursos naturales, aún estamos a tiempo de cambiarlo.
- Es muy importante promover campañas de concientización para el cuidado de las aves y en sí de la naturaleza, ya que ando a conocer la importancia de cada ser vivo y su función en la naturaleza se podrá lograr promover el cuidado.
- El conteo navideño de aves una opción muy viable para generar turismo, conciencia ecológica y aumentar la economía ya sea de pequeñas comunidades como de empresas turísticas, promocionar el evento de la manera adecuada generaría un beneficio muy grande a la provincia de Morona Santiago.
- El aviturismo es un tipo de turismo que ha ido aumentando en los últimos años en el país, su difusión adecuada logrará que en pocos años sea una fuente de ingresos al país por medio de turistas nacionales e internacionales.
- El diseño gráfico es una herramienta muy importante para promover el turismo, si se hace de la manera correcta y enfocándose en puntos clave, brindando un servicio de calidad y entregándole al turista un recuerdo único, se logrará que los visitantes se lleven una experiencia diferente y deseen volver a repetirla e incentivar a más visitantes a regresar cada año.

- Las entidades más apropiadas son los gobiernos municipales y el ministerio de turismo de la mano de empresas privadas que están enfocadas de lleno en el aviturismo, involucrar a la comunidad también es importante.
- Los recursos más apropiados para promover el turismo ornitológico son creación de publicidad por redes sociales que es donde más acogida tienen, no olvidar recursos audiovisuales y promoción por medias comunes como carteles.
- Para la observación de aves el turista debe ser muy cauteloso, vestir prendas oscuras, no hacer ruido y tener mucha paciencia al momento de la observación, teniendo en cuenta las acciones que realizan las aves para identificarlas fácilmente, contar con los instrumentos necesarios para la observación y con la información necesaria.
- Es importante considerar todas las opiniones de los entrevistados quienes gracias a su conocimiento han aportado información muy valiosa para este proyecto.

Anexo 6. Registro fotográfico de las entrevistas



Limón Indanza - 31 de octubre del 2019
Entrevista a Ing. Patricio Estrella



Limón Indanza - 31 de octubre del 2019
Entrevista a Ing. Fabricio Peñaranda



Quito- 02 de noviembre del 2019
Entrevista a Biólogo Jorge Brito



Macas- 07 de noviembre del 2019
Entrevista a Bióloga Glenda Pozo



Tena - 10 de noviembre del 2019
Entrevista a Lic. Ramiro Enríquez

Anexo 7. Fichas Técnicas

FICHA TÉCNICA Nº 1

REFERENTE VISUAL



Fuente: Rafy Rodriguez

NOMBRE DEL AVE:

Trogon coroniazul- trogon Curucui

DESCRIPCIÓN:

mide de 28 a 30 cm de largo, la cabeza y la parte superior del pecho son de color azul oscuro, el pecho es de color rojo y la parte posterior es verde con tonos azulados, las alas y la cola sonde color negro vermiculados con blanco.

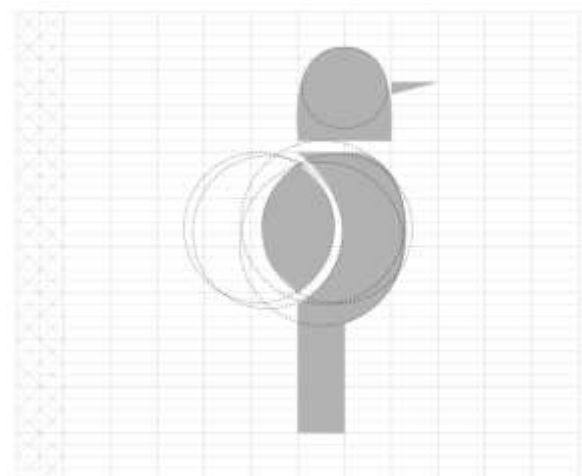
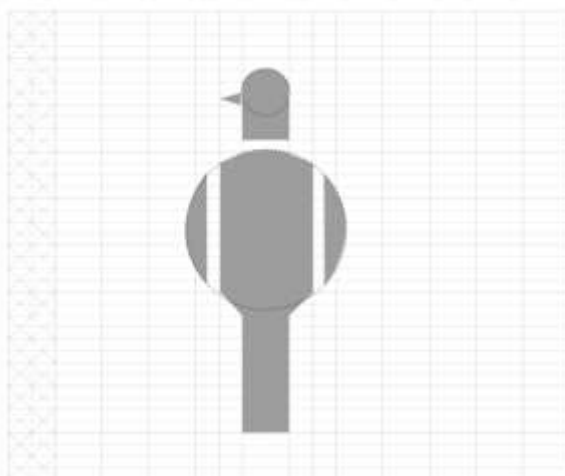
Su hábitat natural son los bosques húmedos de las tierras bajas subtropicales o tropicales y los antiguos bosques degradados.

Se encuentra en Morona Santiago, Napo, Orellana, Pastaza, Pichincha, Sucumbíos. recorre también Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Ecuador, Paraguay, y Perú.

BOCETAJE:



ABSTRACCIÓN ANTROPOMORFA



FICHA TÉCNICA Nº 2

REFERENTE VISUAL



Fuente: Fabricio Peñaranda

NOMBRE DEL AVE:

Coqueta coronada - *Lophornis stictolophus*

DESCRIPCIÓN:

La coqueta coronada mide 6,9 cm de longitud. Presenta dimorfismo sexual. El macho tiene una cresta grande, amplia, roma y espesa de color rufo anaranjado con las puntas negruzcas.

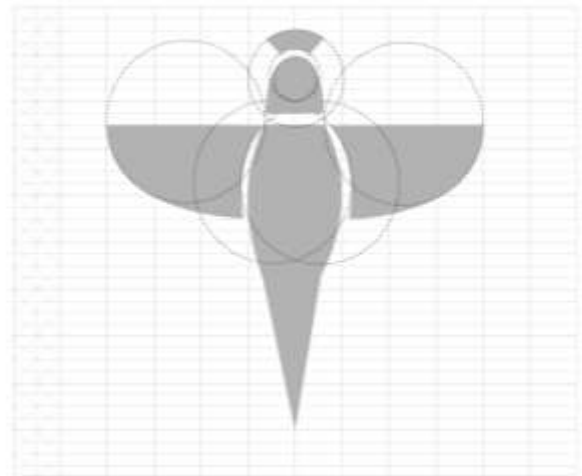
se encuentra en Morona Santiago, Napo, Orellana, Sucumbios, Zamora Chinchipe

sus regiones naturales son el Bosque Húmedo Tropical Amazónico, Bosque Montano Oriental, Bosque Piemontano Oriental, Páramo e y áreas arboladas semiáridas, por debajo de 1.300 m de altitud.

BOCETAJE:



ABSTRACCIÓN ANTROPOMORFA



FICHA TÉCNICA Nº 3

REFERENTE VISUAL



Fuente: Oswaldo Hernandez

NOMBRE DEL AVE:

Tangara cabecinegra - *Stelpnia cyanoptera*

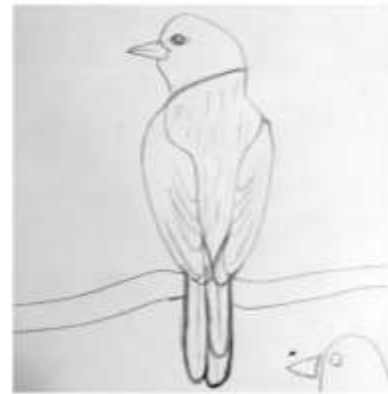
DESCRIPCIÓN:

Mide 13 cm con un peso promedio de 18 g. El macho presenta la cabeza y garganta de color negro y el resto de su cuerpo amarillo paja. Sus alas y cola son negras con márgenes de color azul.

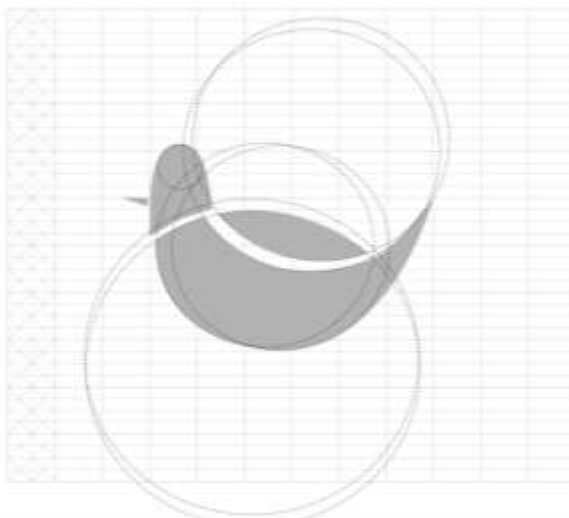
Sus hábitats naturales son los bosques húmedos subtropicales o tropicales de tierras bajas y los bosques de montaña.

Se encuentra distribuida por Ecuador, Brasil, Colombia, Venezuela y Guyana.

BOCETAJE:



ABSTRACCIÓN ANTROPOMORFA



FICHA TÉCNICA Nº 4

REFERENTE VISUAL



Fuente: Juan C. Noreña

© Juan C. Noreña

NOMBRE DEL AVE:

Tangara cabeciazul- *Stilpnia cyanicollis*

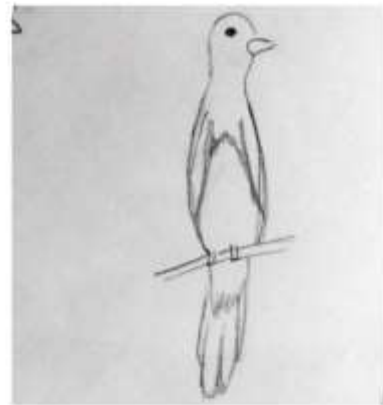
DESCRIPCIÓN:

Mide de 13 a 14 cm. En su mayor parte la coloración de su plumaje es negro; cabeza y cuello azul claro intenso; centro de la garganta azul púrpúreo; y barbilla negro.

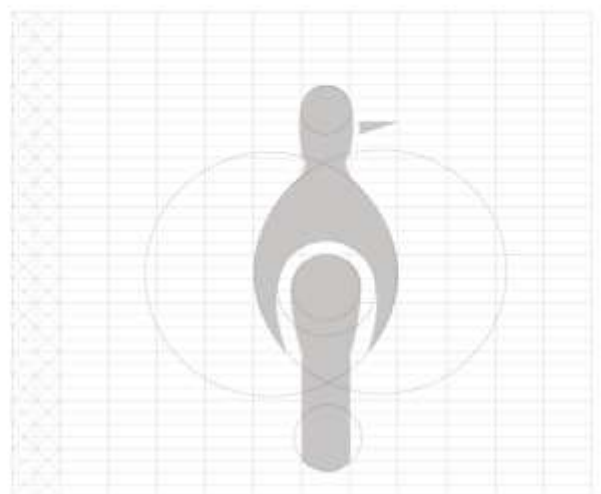
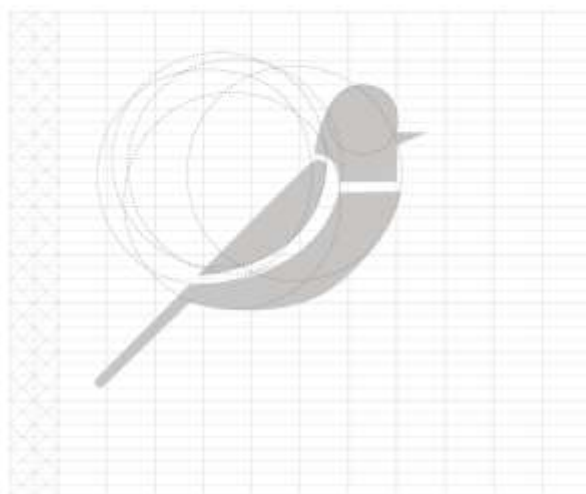
Sus hábitats naturales son los bosques húmedos tropicales de tierras bajas y los bosques de montaña, incluso rastrojos montañosos.

Esta especie de ave se encuentra distribuida en Brasil, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela.

BOCETAJE:



ABSTRACCIÓN ANTROPOMORFA



FICHA TÉCNICA Nº 5

REFERENTE VISUAL



Fuente: Galo Real

NOMBRE DEL AVE:

Coliclerda crestada- Discosura popelairii

DESCRIPCIÓN:

Mide de 4 a 6 cm incluido la cola, tiene de plumas alargadas en la cola que se curva hacia afuera y una pluma que sale de su cabeza como una pequeña cresta.

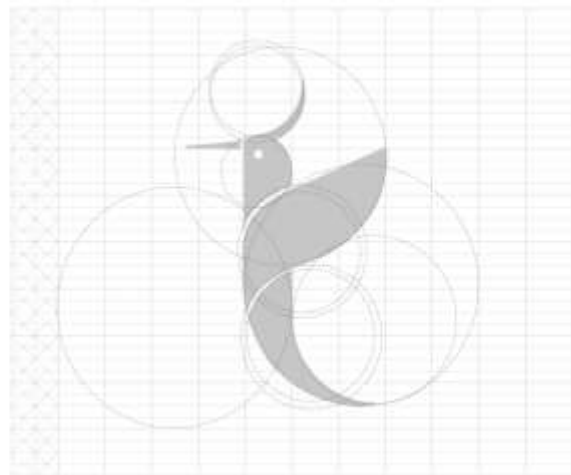
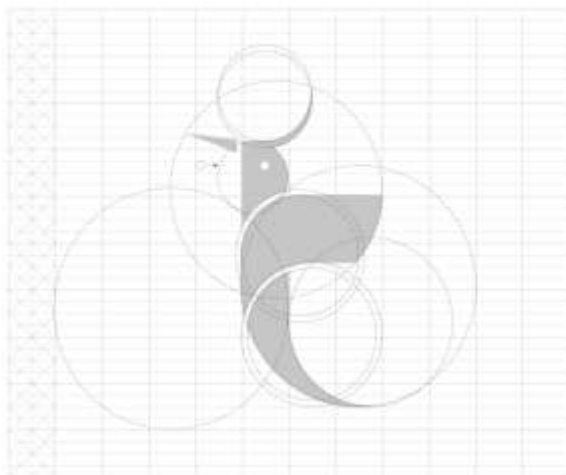
Se alimenta de néctar de las flores con una lengua extensible a lo largo o atrapan insectos con el ala.

se encuentra desde la amazonía del sur de Colombia, la amazonía del Ecuador y llega hasta el este de Perú. se encuentra en peligro de extinción por las pérdidas de hábitad.

BOCETAJE



ABSTRACCIÓN ANTROPOMORFA



FICHA TÉCNICA Nº 6

REFERENTE VISUAL



fuate: John and Milena Beer

NOMBRE DEL AVE:

Avoceta - Vanellus chilensis

DESCRIPCIÓN:

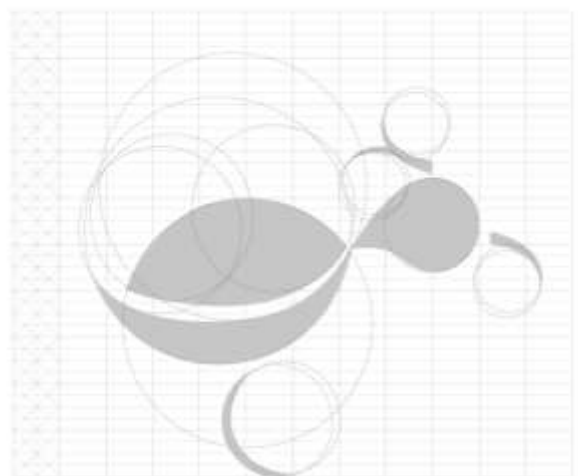
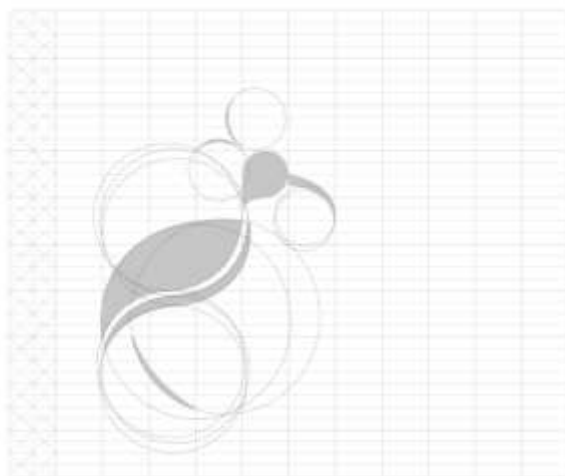
tiene un color grisáceo en el lomo, el pecho y la cola son de color negro, las patas tienen un tono rosa y tienen una cresta pequeña con dos pequeñas plumas. Su presencia es más usual en las cercanías de ríos y lagunas, sobre pasto corto, playas arenosas o barrosas, etc.

Se encuentra en el Carchi, Guayas, Imbabura, Napo, Morona Santiago, Orellana, Pastaza, Pichincha, Sucumbios.

BOCETAJE



ABSTRACCIÓN ANTROPOMORFA



Mágico
CANTO



conteo navideño de aves

Del vuelo y del canto nace la vida

MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL
justificación de la marca y normas gráficas

INTRODUCCIÓN:

Este manual de marca se ha creado con la intención de dar a conocer el proceso creativo de la marca y facilitar su manejo en los distintos soportes.

CONTENIDO:

- 1. INTRODUCCIÓN**
- 2. LA MARCA**
 - 2.1 Naming
 - 2.2 Símbolo
 - 2.3 Símbolo
 - 2.4 Bocetaje
 - 2.4 Abstracción geométrica
 - 2.5 Complemento del símbolo
 - 2.5 Justificación cromática
 - 2.6 Símbolo final
 - 2.7 Distribución de los elementos del identificador visual
 - 2.8 Identificador visual compuesto
 - 2.8 Identificador visual con slogan
 - 2.9 Anatomía del signo
 - 2.10 Versiones de la marca
- 3. TIPOGRAFÍA**
- 4. CROMÁTICA**
 - 4.1 versiones en negativo
 - 4.2 versiones en positivo
- 5. USOS INCORRECTOS**

LA MARCA

IDENTIDAD VISUAL

Logotipo
Colores
Tipografía

POSICIONAMIENTO

Lugar que ocupa en las necesidades del consumidor

IDENTIDAD VERBAL

Naming
Tono
Mensajes

PERSONALIDAD

Lo que le diferencia de la competencia

SISTEMA DE MARCA

Gráfica
Estética

VALORES Y ATRIBUTOS

Características que la hacen diferente

NAMING

Es la parte del identificador visual (marca), que se puede pronunciar.

El nombre escogido para esta marca, fue resultado de una tormenta de ideas, el cual tiene la siguiente justificación:

En un conteo de aves, es muy importante escuchar su canto para poder identificar el tipo de ave rápidamente con base en el conocimiento, por otra

parte el canto de las aves es algo mágico que alegra a todos en las mañanas y tardes, cada ave tiene un canto único representativo de cada especie, lo que las hace tan especiales.

El naming resultante es evocativo asociativo, como se muestra a continuación:

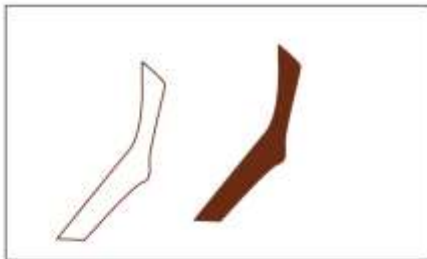


Mágico canto

2.1

SÍMBOLO

Justificación de los rasgos y cromática de la tipografía escogida para el nombre de la marca



Las características tipográficas del nombre, tienen su origen en los rasgos mixtos (formas orgánicas geométricas), que tienen las ramas en las que se posan las aves (*coliclerda crestuda*), por esta razón, la tipografía destinada para el nombre de esta marca, es decorativa.

Mágico CANTO

2.2

SÍMBOLO

Es el grafismo que representa una idea y la asocia a la identidad, complementa al identificador visual.

Elección del ave referente.

Esta especie de colibrí, ha sido considerada para ser el ave que represente como símbolo a la marca, por su belleza y para generar conciencia ambiental.

Se han registrado pérdidas de hábitat, lo que presenta

un peligro de extinción para la especie.

Su alto grado de avistamiento en la zona durante todo el año en plantas como la verbena y la guaba, la hace el símbolo ideal para la marca.

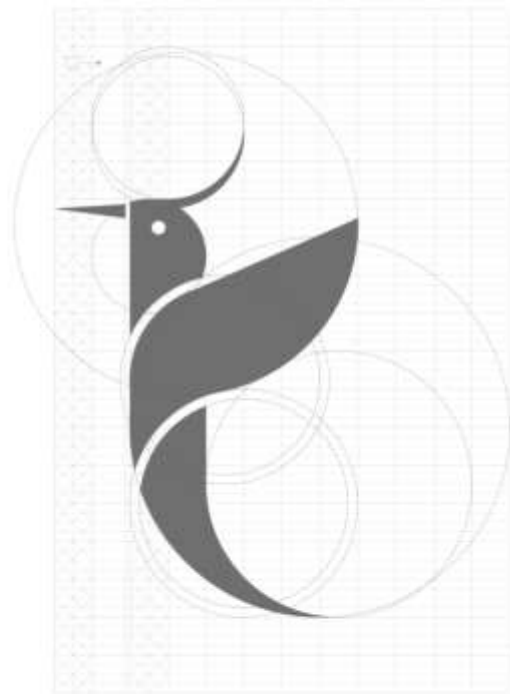
Referente visual



2.3

BOCETAJE

ABSTRACCIÓN GEOMÉTRICA



2.4

COMPLEMENTO DEL SÍMBOLO

JUSTIFICACIÓN CROMÁTICA

Foto vertical



Colores de la bandera de Macas

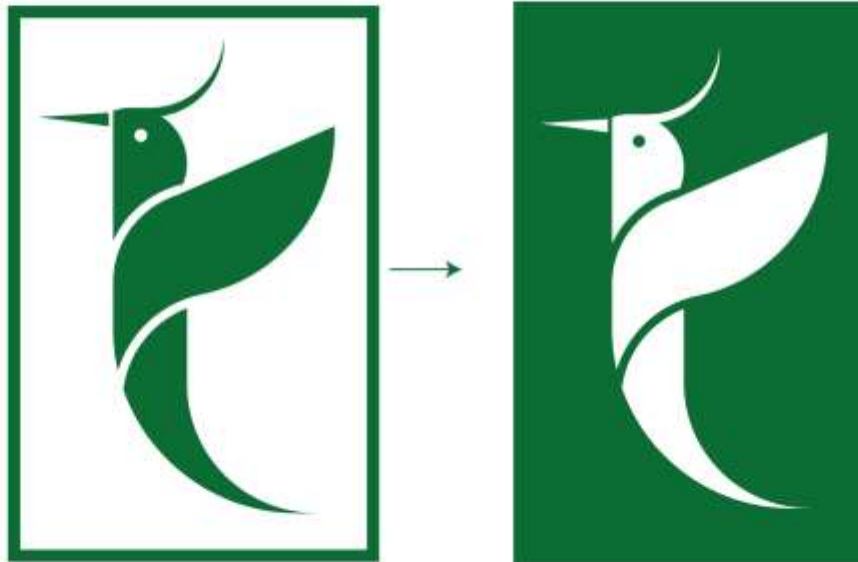


Color predominante del ave



2.5

SÍMBOLO FINAL



A la abstracción del ave, se le añadió un rectángulo áureo, el cual hace referencia a la captura de una foto en orientación vertical.



2.6

DISTRIBUCIÓN DE LOS ELEMENTOS

Del identificador visual



2.7

IDENTIFICADOR VISUAL COMPUESTO



Identificador visual compuesto con slogan



2.8

ANATOMÍA DEL SIGNO

Elementos del identificador visual

Logotipo o nombre	Mágico CANTO		Símbolo
	conteo navideño de aves		Nombre genérico o descriptor
	<i>del vuelo y del canto nace la vida</i>		
	Slogan		

2.9

VERSIONES DE LA MARCA

El identificador visual resultante es un **logotipo con símbolo o isologo**. El identificador visual resultante es un logotipo con símbolo o isologo.

La forma de lectura y distribución del isologo será siempre del mismo orden que se muestra a continuación.



2.10

TIPOGRAFÍA

Las fuentes tipográficas presentadas a continuación, se usarán estrictamente según corresponda.

Museo

Esta fuente es exclusiva para el nombre o logotipo.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
UVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
xyz
1234567890

Museo sans

Esta fuente se usará para el descriptor.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
TUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvw
xyz
1234567890

Calibrí

Fuente que se utilizará únicamente para redactar párrafos y títulos.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZVW
XYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

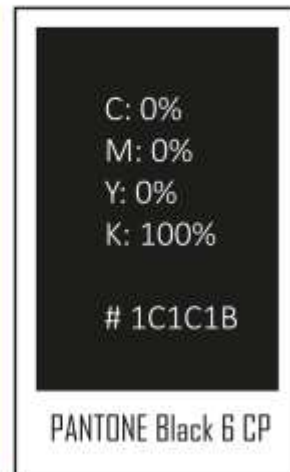
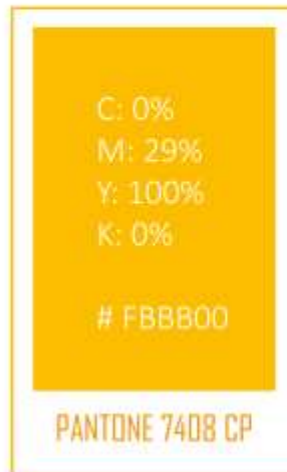
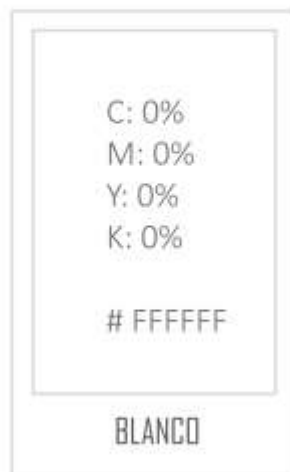
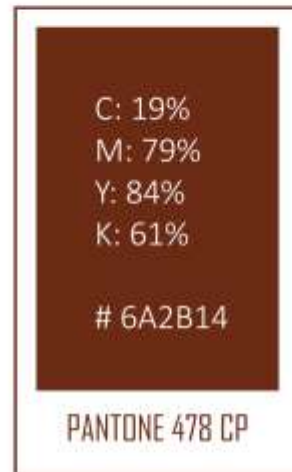
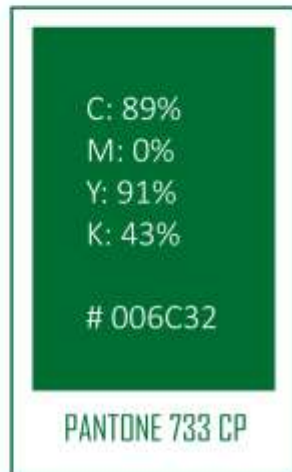
Dancing Script OT

Destinada para el slogan.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
vwxyz
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

CROMÁTICA

Los colores elegidos, tienen una razón de ser, por tanto deben respetarse y usarse de forma correcta.



VERSIONES EN NEGATIVO



4.1

VERSIONES EN POSITIVO



USOS INCORRECTOS



Anexo 9. Afiches publicitarios



Diseño: Daniela Rubio © Foto: Javier Real Jilays

Mágico CANTO
conteo navideño de aves

Este 26 de diciembre te invitamos al XII conteo navideño de aves en Macas

Evento Gratuito Inscríbete llamando al:
0997347500
0988570506

Conoce su enCanto...
















Fotografía: Fabrice Pestaranda Diseño: Daniela Rubio

Conoce su enCanto...

Este 26 de Diciembre te invitamos al XII conteo navideño de aves en Macas

Con el auspicio de

Evento Gratuito
Inscríbete llamando al:
0997347500
0988570506

Mágico CANTO
conteo navideño de aves
















Fotografía: Fabricio Peñaranda Diseña: Daniela Rubio

Conoce su enCanto...

Este 26 de Diciembre te invitamos al XII conteo navideño de aves en Macas

Con el auspicio de:



Evento Gratuito

Inscríbete llamando al:
0997347500
0988570506

Mágico CANTO
conteo navideño de aves



Mágico CANTO
conteo navideño de aves



Este 26 de diciembre te invitamos al XII conteo navideño de aves en Macas

Evento Gratuito Inscríbete llamando al:
0997347500
0988570506

Conoce su enCanto...



Diseña: Daniela Rubio Fotografía: Fabricio Peñaranda

ESPECIFICACIONES DE LAS SEÑALES

Señalética informativa de bandera

UBICACIÓN:

En exteriores, adosado en árboles específicos de cada recorrido.

PROPÓSITO:

Sirve para informar datos de interés a los participantes.

DESCRIPCIÓN:

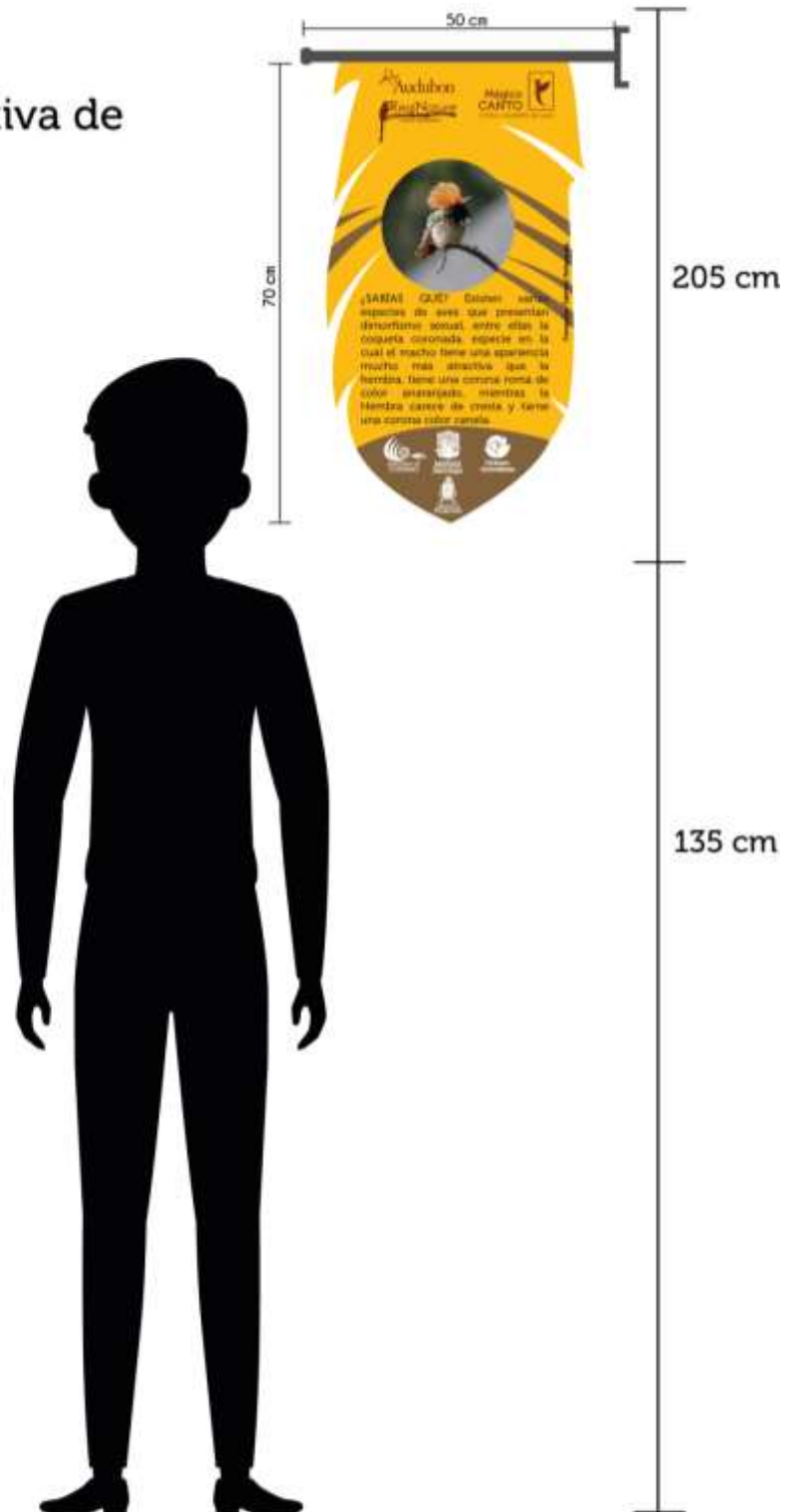
Letrero fácilmente visible ubicado en zonas estratégicas.

MEDIDAS:

50cm x 70 cm

MATERIAL:

Tela.



50 cm

70 cm

Audubon
Mágico CANTO
RealNaturas



¿SABÍAS QUÉ? Las aves rapaces son depredadores y se convierten en controladores biológicos, de esta forma controlan la sobrepoblación de roedores, también controlan las plagas que pudiesen transmitir enfermedades ya que son carroñeros.

Fotografía: Paul Medina A

SECRETARÍA DE TURISMO
SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA Y PESQUERÍA
SECRETARÍA DE AMBIENTE Y RECURSOS NATURALES

50 cm

70 cm

Audubon
Mágico CANTO
RealNaturas



¿SABÍAS QUÉ? Las aves frugívoras se alimentan de frutas y semillas, estas las esparcen por el bosque por medio de sus heces, de esta manera es como ayudan a la reproducción de ciertos tipos de árboles dentro de este grupo se encuentran loros, periquitos, cacatúas y guacamayos.

Fotografía: John M. Morris A

SECRETARÍA DE TURISMO
SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA Y PESQUERÍA
SECRETARÍA DE AMBIENTE Y RECURSOS NATURALES

50 cm

70 cm

Audubon
Mágico CANTO
RealNaturas



¿SABÍAS QUÉ? El "gallo de perra" habita en cañadas húmedas de gran profundidad donde construyen sus nidos para criar a sus polluelos, el periodo de incubación dura 28 días y los pichones abandonan el nido de 42 a 48 días.

Fotografía: John M. Morris A

SECRETARÍA DE TURISMO
SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA Y PESQUERÍA
SECRETARÍA DE AMBIENTE Y RECURSOS NATURALES

50 cm

70 cm

Audubon
Mágico CANTO
RealNaturas



¿SABÍAS QUÉ? las aves polinizadoras se alimentan del néctar de las plantas con flor, y las ayudan a realizar su reproducción sexual, transportando el polen de unas plantas hacia el ovario de otras, produciendo así los frutos de diversas plantas.

Fotografía: Coley W. Winters

SECRETARÍA DE TURISMO
SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA Y PESQUERÍA
SECRETARÍA DE AMBIENTE Y RECURSOS NATURALES



Anexo 11. Souvenir (camiseta del evento)



Anexo 12. Dummies publicitarios





26 de Diciembre - Morona Santiago
XII conteo navideño de aves

Mágico CANTO
conteo navideño de aves



AVES Y
CONSERVACIÓN
BIRDLIFE EN ECUADOR



RealNature
travel company





26 de Diciembre - Morona Santiago
XII conteo navideño de aves

Mágico
CANTO 
conteo navideño de aves



MUNICIPIO DE
MORONA

AVES Y
CONSERVACIÓN
BIRDLIFE EN ECUADOR



Ministerio
del Ambiente



RED AVES
• ECUADOR •



MINISTERIO DE
TURISMO



Municipio de
Morona
Santiago

26 de Diciembre - Morona Santiago

XII conteo navideño de aves

Mágico CANTO
conteo navideño de aves

AVES Y CONSERVACIÓN
BIRLIFE EN ECUADOR

RealNature
travel company

Audubon

MINISTRO DE MORONA

Ministerio del Ambiente

RED AVES - ECUADOR -

MINISTERIO DE TURISMO

Provincia de Morona Santiago

Anexo 13. Videos promocionales

