

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

Andariego: Descubre senderos y cuentos.

Daniel Abrahan Fuentes Maldonado

Diseño Gráfico

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito
para la obtención del título de
Licenciatura en Diseño Gráfico

Quito, 12 de mayo de 2025

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

**HOJA DE CALIFICACIÓN
DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA**

Andariego: Descubre senderos y cuentos.

Daniel Abrahan Fuentes Maldonado

Nombre del profesor, Título académico

Cristina Muñoz MA

Quito, 12 de mayo de 2025

© DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en la Ley Orgánica de Educación Superior del Ecuador.

Nombres y apellidos: Daniel Abrahan Fuentes Maldonado

Código: 00215984

Cédula de identidad: 1004564785

Lugar y fecha: Quito, 5 de mayo de 2025

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETheses>.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETheses>.

RESUMEN

Andariego es una aplicación que incentiva el turismo interno en Ecuador, específicamente en la provincia de Imbabura. Se trata de una app que combina senderismo con los cuentos y leyendas tradicionales de la región, tanto indígenas como mestizas, reflejando así la riqueza cultural del país.

A través de distintos senderos y relatos, busca atraer a jóvenes de otras provincias que deseen aventurarse por caminos y destinos turísticos únicos. La dinámica consiste en seguir una ruta asignada por la aplicación, en la que el usuario debe desbloquear una historia mediante códigos QR con el fin de descubrir fragmentos de la historia mientras se exploran los senderos.

Al completar las historias, el usuario puede acumular puntos que podrán ser canjeados por premios como artículos útiles para viajeros

Palabras clave: senderismo, cuentos otavaleños, turismo Imbabura, audio relatos, rutas naturales y turismo interno

ABSTRACT

Andariego is an app that promotes domestic tourism in Ecuador, specifically in the province of Imbabura. It combines hiking with traditional stories and legends from the region, both Indigenous and mestizo, reflecting the country's cultural richness.

Through various trails and stories, it seeks to attract young people from other provinces who wish to venture into unique tourist destinations and paths. The dynamic consists of following a route assigned by the app, in which the user must unlock a story using QR codes to discover fragments of the story while exploring the trails.

By completing the stories, the user can accumulate points that can be exchanged for prizes such as useful items for travelers.

Keywords: hiking, Otavalo stories, Imbabura tourism, audio stories, nature trails, and domestic tourism

TABLA DE CONTENIDO

Introducción	9
Desarrollo del Tema	14
Propuesta de Diseño	19
Propuesta Exhibición	23
Exhibición	27
Conclusiones	28
Referencias bibliográficas	29
Anexo A: Entrevistas y encuestas	31
Anexo B: Vídeo Promocional	31
Anexo C: Pagina Web	31

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Salida de ecuatorianos según motivo de viaje, INEC	10
Figura 2: Salida de ecuatorianos por turismo, INEC.	11
Figura 3: Gasto en feriados internos 2023 y 2025, Ministerio de Turismo Ecuador.	11
Figura 4: Encuesta de turismo interno, Ministerio de Turismo del Ecuador.	12
Figura 5: Tasa de homicidios por provincia	13
Figura 6: Datos número 6 de la encuesta	17
Figura 7: Datos número 4 de la encuesta	18
Figura 8: Datos número 11 de la encuesta	18
Figura 9,10 y 11: Lluvia de ideas logo y nombre	21
Figura 12: Monolito de Pilchibuela, San Rafael.	22
Figura 13: Logo de Andariego	22
Figura 14: Cromática	23
Figura 15 y 16: Tapiz otavaleño y foto de Marcelo Jaramillo Cisneros Flickr	24
Figura 17: Tomado del libro “Valle del Amanecer”	24
Figura 18: Ilustraciones logradas a partir de los tapices	24
Figura 19: lado con los QR y el diseño de la historia, maqueta.	25
Figura 19: Piezas QR a laser en madera	25
Figura 20: maqueta del reverso.	26
Figura 21: Folleto acordeón.	27
Figura 22: Flyer de diseño creativo.	28
Figura 23: Fotos exhibición	28

INTRODUCCIÓN

Andariego es un proyecto que invita a recorrer rutas y senderos en la Sierra ecuatoriana mientras se escuchan historias propias de cada sitio. A través de senderos, el usuario disfruta de relatos ambientados en el paisaje que los inspiró, combinando la experiencia auditiva con la observación del entorno. Durante el recorrido, es posible detenerse para escuchar los audios y, ocasionalmente, observar ilustraciones relacionadas, aunque el enfoque principal es escuchar mientras camina. Tanto los fragmentos de ilustraciones como el audio actúan como incentivos para completar la ruta a través de escanear QR, resultando al final una historia completa e ilustraciones. Además, plantea premios a ganar por los cuentos completados.

El problema que aborda este proyecto surge de la preferencia por destinos externos al país o la tendencia a frecuentar los mismos lugares, mientras existen lugares poco explorados en el Ecuador.



19

Figura 1: salida de ecuatorianos según motivo de viaje, INEC



14

Figura 2: salida de ecuatorianos por turismo, INEC.

Según el INEC, los datos referentes al turismo durante los últimos años, muestran la tendencia de los ecuatorianos a viajar mayormente por turismo. Siendo muchas veces a países vecinos como Colombia y Perú. Esta tendencia va en aumento en los años más recientes.

Además, el turismo interno aún estamos en proceso de recuperación. Siendo que los viajes internos solo en feriado han decrecido o están cambiantes. Esto en base a la situación que vive el país.

Alojamiento y Gasto		Ranking	Metadatos	Principal
Anual	Por feriado			
Año	División geográfica		Feriado	
2023	Quito		Feriado	
Ocupación	Tarifa promedio dólares	Ocupante por habitación	Pernoctación promedio	
42%	65	2,0	1,1	
% Participación en alojamiento		Gasto turístico millones de dólares	Viajes turísticos millones de viajes	
Nacionales	Extranjeros	190	3.095	
86%	14%			

Alojamiento y Gasto		Ranking	Metadatos	Principal
Anual	Por feriado			
Año	División geográfica		Feriado	
2025	Quito		Feriado	
Ocupación	Tarifa promedio dólares	Ocupante por habitación	Pernoctación promedio	
39%	68	2,2	1,1	
% Participación en alojamiento		Gasto turístico millones de dólares	Viajes turísticos millones de viajes	
Nacionales	Extranjeros	180	2.847	
90%	10%			

Figura 3: Gasto en feriados internos 2023 y 2025, Ministerio de Turismo Ecuador.

El turismo interno en el país se concentra principalmente en zonas costeras, que son las más populares. No obstante, también se observa una ligera preferencia por destinos de la sierra, lo que representa tanto una oportunidad como un reto.

Aunque la playa sigue siendo el destino predominante, muchas áreas de la sierra ofrecen atractivos únicos que merecen mayor atención. Sin embargo, la falta de datos actualizados —debido a cambios recientes en las condiciones de seguridad— dificulta el análisis preciso de estas tendencias.

Esto plantea un desafío clave: cómo redirigir parte del flujo turístico desde la costa hacia la sierra, aprovechando su potencial y diversificando las opciones para los visitantes nacionales.



Figura 4: Encuesta de turismo interno, Ministerio de Turismo del Ecuador.

Sin embargo, a pesar de la preferencia de las costas ecuatorianas por parte de los turistas nacionales, la seguridad del país cada vez complica más el turismo en estas provincias. Incluso a nivel nacional está presente este problema. Frente a esta situación, mi proyecto trata de concentrar el turismo de forma particular en una provincia en específico antes que en todo el Ecuador, un tema complicado en la actualidad. El hecho de escoger Imbabura no solo es

porque sea diversa culturalmente, o porque es un ecoparque, sino que es de las provincias más seguras del Ecuador.

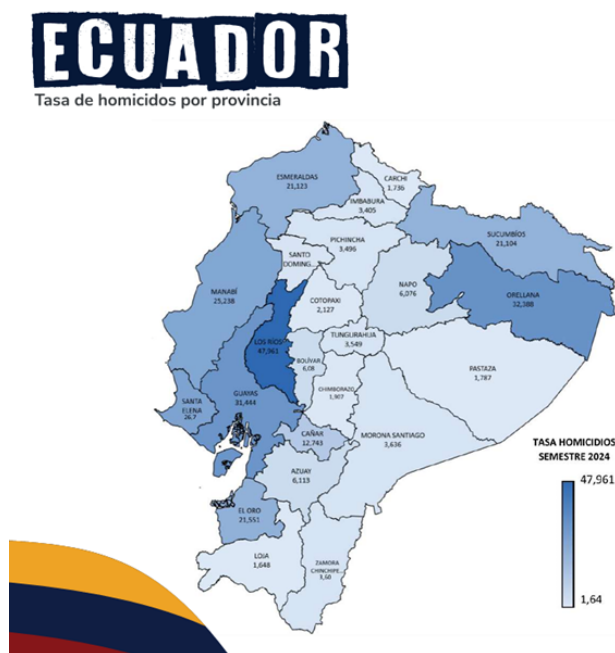


Figura 5: Tasa de homicidios por provincia 2024

Se identificó una demanda creciente de experiencias novedosas u lugares nuevos que rompan con las rutinas turísticas tradicionales. Esta necesidad fue detectada a través de entrevistas realizadas a estudiantes de distintas universidades, quienes manifestaron apertura a conocer nuevos destinos y disposición a asistir, siempre que se proponga una oferta innovadora. Asimismo, señalaron como requisitos indispensables que los destinos sean accesibles por caminos transitables y que impliquen un bajo costo. A pesar de que existen numerosos paisajes y lugares ocultos con gran valor, la falta de promoción y de estrategias innovadoras ha impedido que sean descubiertos.

Como antecedente, varias estrategias se han planteado de manera muy general o poco elaborada, sin lograr un impacto significativo. Andariego busca romper con este patrón,

apoyándose en los senderos y rutas de la región de Imbabura. La elección de Imbabura como punto de partida se debe a su reconocimiento como Geoparque Mundial por la UNESCO en 2019, lo que refuerza su atractivo turístico y cultural.

El primer proyecto que se tomó en cuenta fue Deep Time Walk. Este proyecto es una experiencia educativa inmersiva que combina ciencia, arte y tecnología para ofrecer una comprensión profunda de la historia de la Tierra. A través de una caminata de 4.6 kilómetros, donde cada metro representa un millón de años, los participantes recorren los 4,600 millones de años de evolución del planeta. La aplicación móvil, disponible para iOS y Android, guía a los usuarios con una narrativa dramatizada que integra evidencia científica y poesía, destacando eventos clave como la formación de la Tierra, la aparición de la fotosíntesis y la evolución de la vida multicelular. Este enfoque busca fomentar una conexión más profunda con la naturaleza y una mayor conciencia ecológica.

El segundo proyecto Selva Sápara, una iniciativa multimedia que busca preservar y difundir la memoria cultural, lingüística y medicinal de las comunidades sáparas de la Amazonía ecuatoriana. Desarrollado con el apoyo del Premio Nacional Mariano Aguilera y en colaboración con la organización Naku, el proyecto se centra en cuatro comunidades: Matsakaw, Naruka, Akachinia y Llanhamacocha. A través de una plataforma web, se recopilan y presentan conocimientos ancestrales, canciones en lengua sápara y sonidos de la selva, con el objetivo de educar y sensibilizar sobre la riqueza cultural de este pueblo indígena. La iniciativa también busca generar debate sobre la importancia de los conocimientos médicos tradicionales y la necesidad de repensar las formas de obtención de recursos, especialmente frente a amenazas como la explotación petrolera que pone en riesgo su territorio y saberes milenarios.

La audioguía del Museo Casa de la Memoria de Medellín es una herramienta digital diseñada para enriquecer la experiencia de los visitantes mediante un recorrido autónomo por la exposición central "Medellín: memorias de violencia y resistencia". Disponible en español e inglés, la aplicación ofrece 25 minutos de audio acompañados de 30 pantallas visuales, proporcionando contexto histórico y testimonios sobre el conflicto armado en Colombia. Este recurso, inspirado en modelos internacionales como las audioguías del Museo del Holocausto en Estados Unidos y la prisión de Alcatraz, busca fomentar una comprensión profunda de la historia local desde la perspectiva de las víctimas. El Museo Casa de la Memoria se convierte así en el primer museo público de Medellín en ofrecer este tipo de mediación digital, permitiendo a los visitantes explorar sus exposiciones de manera interactiva y reflexiva .

DESARROLLO DEL TEMA

La aplicación está dirigida a jóvenes ecuatorianos entre 23 y 35 años, con capacidad económica media y jóvenes estudiantes con un marcado interés por el senderismo y el turismo experiencial. Son aventureros, curiosos por naturaleza, que valoran tanto la cultura local como la tecnología y aplicaciones para descubrir destinos poco convencionales. Prefieren rutas que no representen un problema económico para ellos, son cuidadosos con su presupuesto y buscan maximizar el valor de sus experiencias, prefiriendo escapadas cortas pero intensas que les permitan explorar lugares auténticos fuera de los circuitos turísticos tradicionales.

Originarios de otras provincias, planifican sus viajes con el objetivo de aprovechar al máximo cada recorrido, mostrando especial interés por proyectos innovadores que combinen la exploración física con elementos gamificados, como la búsqueda de fragmentos de historias o "tesoros" ocultos mediante códigos QR a lo largo de las rutas. Viajan en pequeños grupos, priorizan la seguridad y la sostenibilidad, y se sienten atraídos por experiencias inmersivas que les permitan conectar con la naturaleza y las tradiciones

Antecedentes

Campaña “Me Quedo en Ecuador”

En respuesta a la crisis provocada por la pandemia de COVID-19, el Ministerio de Turismo del Ecuador lanzó en agosto de 2020 la campaña “Me Quedo en Ecuador”, con el propósito

de reactivar el turismo interno y motivar a los ecuatorianos a redescubrir su país. La campaña se enfocó en la promoción de destinos nacionales que cumplieran con protocolos de bioseguridad, utilizando diversas piezas comunicacionales digitales como videos, memes, blogs y trivias, difundidas a través de las redes sociales bajo el hashtag #Me Quedo Ecuador. Esta iniciativa buscó estimular los viajes rurales y promocionar productos turísticos que garantizaran el bienestar de los viajeros, contribuyendo así a la recuperación del sector turístico nacional.

En esta campaña no se han publicado cifras exactas, pero fue considerada uno de los primeros iniciativas para incentivar el turismo interno dentro del país después de la crisis que trajo el covid.

Campaña “Deja de ser extranjero en tu tierra”

La campaña “Deja de ser extranjero en tu tierra”, lanzada en enero de 2025 por el Ministerio de Turismo del Ecuador, tiene como objetivo principal fortalecer el turismo interno y motivar a los ciudadanos a redescubrir su país con orgullo e identidad. Con una inversión de aproximadamente 3 millones de dólares, la campaña utiliza una estrategia comunicacional basada en mensajes emocionales y visuales potentes, difundidos a través de medios tradicionales y digitales. Se ha impulsado el uso de más de 60 influencers nacionales, quienes comparten experiencias turísticas auténticas en redes sociales como Tik Tok, Instagram y YouTube, con el fin de conectar especialmente con el público joven. A nivel operativo, la campaña se complementa con incentivos como la reducción temporal del IVA en servicios turísticos durante feriados y el fortalecimiento de un fondo para apoyar la oferta local.

Esta campaña tuvo desafíos por la situación insegura del país y hasta el mes de junio aún se plantean si fue realmente efectiva.

Encuestas

Se realizaron encuestas a 22 estudiantes de las universidades UDLA Y USFQ en su mayoría, y algunos estudiantes de la Universidad PUCE. Es importante mencionar que la muestra va desde personas de alto poder adquisitivo así como de moderado. Con los datos resultantes se confirmó el problema y además dio luz a nuevas perspectivas que antes no estaban previstas.

Entre los datos más importantes destacaron los siguientes:

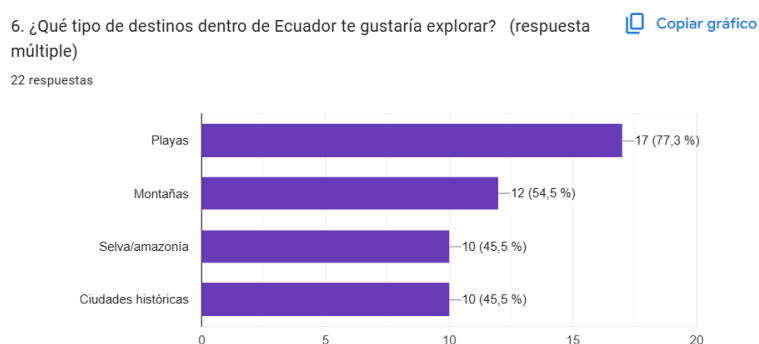


Figura 6: Datos número 6 de la encuesta

Si bien no prima y no es la opción más votada, se decidió que uno de los lugares de interés son las montañas. En base a esto y debido a la falta de seguridad de las provincias costeras en este momento del país, una posible nueva opción a preferir es el sector de los senderos en montañas.

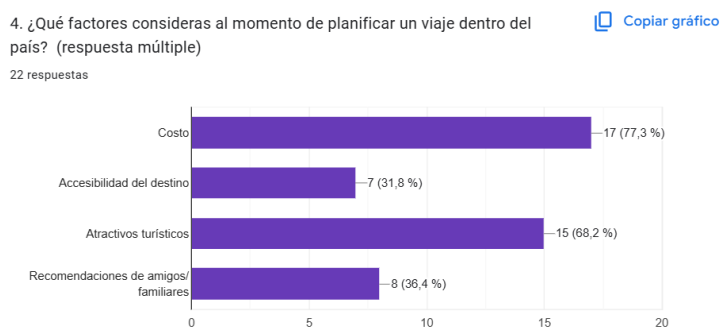


Figura 7: Datos número 4 de la encuesta

Dentro de los factores importantes al viajar está el costo y atractivo turístico. Por lo que puede ser apropiado que se promocióne a turistas de provincias cercanas, quienes, con una actividad apropiada que no requiera costo, podrán tener una experiencia atractiva y que los motive a seguir explorando el Ecuador.

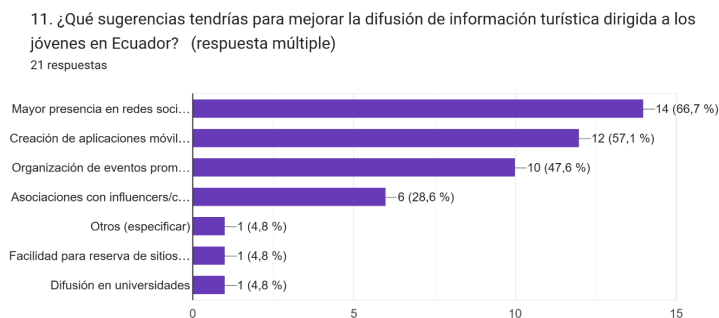


Figura 8: Datos número 11 de la encuesta

Los participantes expresaron su apoyo a la iniciativa de crear una aplicación que facilite el acceso a información sobre los lugares turísticos. Esta fue la segunda opción más votada, y destaca por alinearse con el valor añadido que representan las historias que se realizan durante la actividad de senderismo.

Entrevistas

Para expandir la información de las encuestas se entrevista Francisco Basantes el cual reveló los siguientes datos:

1. Se mencionó como ciertos factores impiden planificar un viaje que represente una experiencia grata y agradable, pues quedan desafíos en la planificación de viajes en Ecuador como el transporte y acceso, la falta de información específica sobre los destinos a recorrer. Sin embargo, en la provincia de Imbabura, por su inmediatez al volcán Imbabura, ya existe una facilidad de transporte a bajo costo. Las carreteras han avanzado hasta puntos donde una

actividad de senderismo no requiere mayor complicación y los espacios aún son únicos e impactantes.

2. Se discutió cómo la abundancia de información en línea puede influir en las decisiones de los turistas. Aunque esta gran cantidad de datos ofrece muchas posibilidades, puede resultar abrumadora y difícil de filtrar para quienes buscan detalles específicos. En lugar de presentar una amplia variedad de opciones, enfocar la información desde una perspectiva centrada en actividades concretas podría hacer la experiencia más agradable y menos tediosa para el visitante.

3. Una propuesta acertada dentro de esta iniciativa para activar el turismo interno es establecer una fuerte vinculación con el turismo responsable, especialmente dirigido a los jóvenes ecuatorianos. Es decir, el senderismo hacia destinos naturales debe realizarse de manera consciente respecto al impacto ambiental que puede generar. Esta preocupación se evidenció en varios recorridos, como en la visita a la Roca de Huantuk Rumi, en Quinchuqui, Otavalo, donde se observó la presencia de basura como botellas, fundas plásticas y latas. Por ello, parte fundamental de la propuesta debe incluir recomendaciones claras para el cuidado y la preservación de los espacios naturales.

Insights:

A partir de las entrevistas, investigación y encuesta surgieron tres insights y posibles soluciones:

1. Los jóvenes ecuatorianos dan prioridad al costo del viaje sobre la accesibilidad del destino o las recomendaciones familiares. En base a este dato la solución fue una aplicación que te ofrezca una opción que no requiere gastos mayores y permite disfrutar del paisaje natural.

2. Los jóvenes ecuatorianos perciben que la promoción de destinos turísticos internos entre su demografía es insuficiente. En base a este dato la solución dada fue una aplicación móvil que funcione amigablemente con los usuarios y que permita explorar las opciones que tiene en su lugar de interés.
3. La información disponible en tik tok, redes sociales y medios digitales turísticos es bastante extensa, lo que dificulta filtrar y encontrar lo necesario para planificar un viaje de manera precisa. Dentro de lo que es el senderismo se crearon avisos, íconos importantes en la aplicación, así como recomendaciones para la actividad de senderismo. De este modo resulta sencillo conocer lo importante antes de planificar su viaje.

PROPUESTA DE DISEÑO

Logotipo

El logo surgió a partir de una lluvia de ideas de nombres y símbolos. Las opciones planteadas fueron palabras kichwa como: apus, shimi, nina y Andariego. En cuanto al símbolo o icono fueron variaciones basadas en los círculos y espirales símbolos importantes para la cosmovisión Andina.

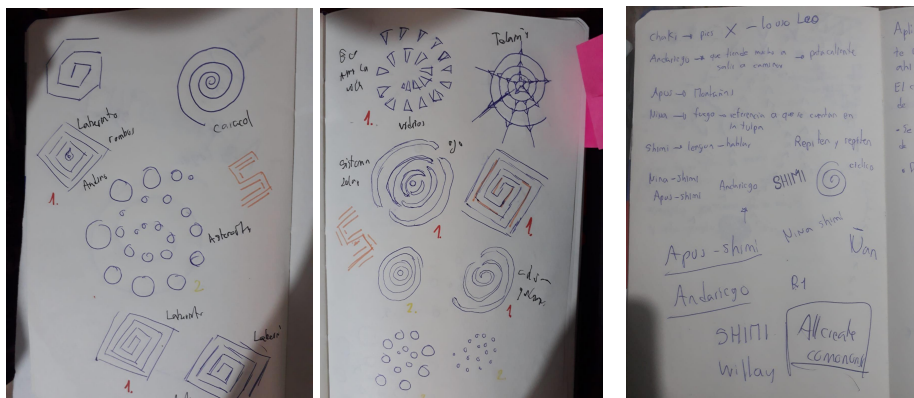


Figura 9,10 y 11: Lluvia de ideas logo y nombre

El resultado fue la palabra Andariego, un término usado para referirse a una persona que le encanta salir de casa. Además, forma parte del vocablo general como es el español, así como la gente kichwa hablante. El icono surge a partir de los grabados en una piedra milenaria ubicada cerca de la laguna de San Pablo, en la comunidad de San Rafael.



Figura 12: Monolito de Pilchibuela, San Rafael.

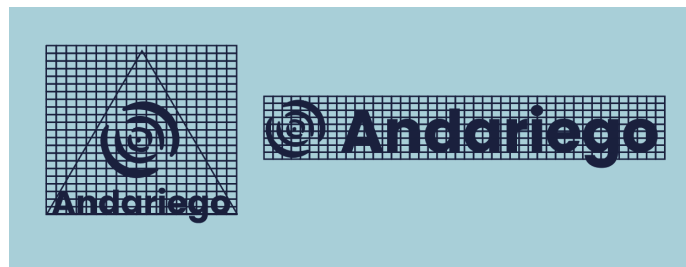


Figura 13: Logo de Andariego: resultado de juntar estos dos elementos tenemos.

Paleta cromática

Primaria

Verde y blanco son los colores primarios. Representan los verdes paisajes imbabureños. Ambos colores tratan de transportar al usuario a esos paisajes tan característicos. Además de encajar con otras aplicaciones de senderismo que tienen una tendencia a usar colores verdes.

Secundaria

El conjunto de colores azulados, verdes, color teja y color rojo son para destacar en su totalidad la sensación visual y del lugar. Siendo que los colores verdes transmiten esa vegetación, los colores azules el frío característico y colores teja el de los techos de las casas de tapial(casa antiguas nativas). Además que los colores fríos y rojos son para destacar ese contraste entre lo cálido y frío de Imbabura.

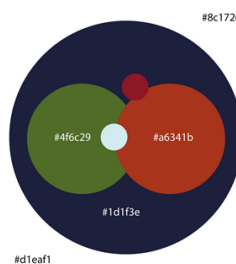


Figura 14: Cromática

Tipografía

Se escogió dos tipografías las cuales son: Poppins y Avenir. La tipografía Poppins proporciona un carácter amigable para los títulos. Además, funciona perfectamente para ser llamativo y agradable. Es bastante versátil adaptándose no sólo al logo sino a otros títulos que llaman la atención. La segunda tipografía se adapta a una lectura más extensa y es muy legible sin incluir detalles que dificulten su legibilidad.

Ilustraciones

Las ilustraciones surgen a partir de tapices otavaleños. Los tapices otavaleños considerados fueron los que representan el paisaje de la sierra, indígenas en espacios y pequeñas representaciones de la vida cotidiana.



Figura 15 y 16: Tapiz otavaleño y foto de Marcelo Jaramillo Cisneros | Flickr

Además, la ilustración de los personajes se adapta a la vestimenta de la época en la que transcurre el cuento. En este caso, el cuento de los Remache a finales del siglo 19.



Figura 17: Tomado del libro “Valle del Amanecer

Finalmente, el resultado son las ilustraciones basadas en vectores geométricos y la cromática adaptada a distintas escenas.



Figura 18: Ilustraciones logradas a partir de los tapices

PROPUESTA EXHIBICIÓN

Para la propuesta de Exhibición se plantearon cuatro piezas fundamentales: un folleto en formato acordeón, una propuesta de historia con código QR, un video promocional y un folleto pequeño que explica el diseño creativo y cómo se llegó al resultado final.

Las dos piezas audiovisuales estarán presentes en un mismo panel que incluye la gráfica desarrollada para la propuesta. En uno de los lados se presenta el cuento de los Remache y en el otro lado está el video promocional. En el lado de la representación mediante una ilustración un camino recorre el diseño en siete puntos narrativos.



Figura 19: Panel con los QR y el diseño de la historia.

En esos puntos narrativos se colocaron 7 códigos QR que fueron hechos a láser. Cada uno con la importancia en cómo la historia de Los Remache se cuenta fragmento por fragmento.



Figura 19: Piezas QR a laser en madera

Mientras el otro lado se creó un video promo. Así como un cubo sobre el que estarán flyers creativos y el folleto acordeón explicativo de la aplicación y cómo el usuario navega.



Figura 20: Panel del reverso.

El folleto en formato acordeón tiene como función explicar el uso de la aplicación, mostrando el recorrido que realiza el usuario: desde su interacción inicial hasta la visualización de su

perfil, donde puede acceder tanto a las historias completadas como a las que aún tiene por descubrir. Además, se muestra cómo la actividad del usuario le permite acceder a premios.



Figura 21: Folleto tipo acordeón que muestra la aplicación

Por último, el folleto creativo permite apreciar que los elementos desarrollados no fueron diseñados al azar, sino que están cuidadosamente fundamentados en la época en que se desarrolla la historia ejemplificada mediante los códigos QR.



Figura 22: Flyer de proceso creativo de diseño.

EXHIBICION



Figura 23: Fotos exhibición

CONCLUSIONES

Esta investigación evidenció que el turismo interno representa tanto un reto como una oportunidad para el desarrollo nacional. Para lograr su fortalecimiento, se han implementado diversas estrategias, algunas con resultados positivos y otras con consecuencias menos favorables, debido a factores tanto directos como indirectos. A lo largo del tiempo, ha sido fundamental considerar la adaptabilidad de estas estrategias frente a distintos contextos, como los estragos ocasionados por la pandemia o el actual clima de inseguridad que atraviesa el país.

En este contexto, surge Andariego como una propuesta sencilla pero estratégicamente acertada, capaz de adaptarse al feedback del público objetivo y de aprovechar de forma inteligente las cualidades de la provincia de Imbabura. Este proyecto toma en cuenta aspectos clave como la seguridad, los costos y la búsqueda de nuevas experiencias, lo cual responde al interés creciente de los turistas por descubrir lugares poco explorados y vivir aventuras auténticas. Tanto las piezas gráficas como los videos resumen de manera clara y efectiva la riqueza del entorno, guiando al usuario hacia una comprensión más profunda del mensaje final.

En conclusión, este proyecto posee un gran potencial y representa un paso inicial hacia una estrategia más amplia que puede abrir nuevas vías para promover e incentivar el turismo interno en el Ecuador. Recuperando la cultura y saliéndose de la norma de ser una campaña más de promoción de lugares turísticos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2020, julio 31). Ministerio de Turismo presentará nueva campaña de promoción: “Me quedo en Ecuador”.

<https://www.turismo.gob.ec/ministerio-de-turismo-presentara-nueva-campana-de-promocion-me-quedo-en-ecuador/>

Infotur Latam. (2023). Ecuador lanza la campaña "Deja de ser extranjero en tu tierra".

<https://infoturlatam.com/ecuador-lanza-campana-deja-de-ser-extranjero-en-tu-tierra/>

Deep Time Walk C.I.C. (2025). Deep Time Walk: A transformative journey through 4.6bn years of Earth history. Recuperado de <https://www.deeptimewalk.org/>

Selva Sápara. (s.f.). Sobre el proyecto. Recuperado de

<https://selvasapara.com/sobre-el-proyecto/>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (s/f). *En 10 años la salida de ecuatorianos del país por turismo ha crecido en 150%*. Instituto Nacional de Estadística y Censos.

Recuperado el 11 de mayo de 2024, de

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/en-10-anos-la-salida-de-ecuatorianos-del-pais-por-turismo-ha-crecido-en-150/>

Museo Casa de la Memoria. (2022). Audioguías digitales para conocer el Museo Casa de la Memoria. Recuperado de

<https://www.museocasadelamemoria.gov.co/noticias/audioguias-digitales/>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (s.f.). *Turismo interno. Turismo en cifras*.

<https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/turismo-interno/>

Pinzón Plaza, . V. H. (2021). Monolito de Pilchibuela: aportes a la memoria y a la identidad desde la antropología y arqueología a la parroquia San Rafael de la Laguna del cantón Otavalo-provincia de Imbabura. Revista Sarance, (28), 100-124. Recuperado a partir de <https://revistasarance.ioaotavalo.com.ec/index.php/revistasarance/article/view/348>

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2024). Principales resultados del Registro Estadístico de Entradas y Salidas Internacionales 2023. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Migracion/2023/Principales_Resultados_ESI_2023.pdf

Observatorio Ecuatoriano de Crimen Organizado (OEEO). (2024, septiembre). *Boletín semestral de homicidios intencionales en Ecuador: Primer semestre de 2024*. Fundación Panamericana para el Desarrollo (PADF). https://oeeo.padf.org/wp-content/uploads/2024/09/Boletin-semestral-de-homicidios-Primer-semestre-de-2024-3_compressed-2.pdf

Rivera, D. (2013). Chumbi belt, tradicional Andean weaving. [Fotografía]. En Flickr. Recuperado el 12 de mayo de 2025, de <https://www.flickr.com/photos/76073860@N06/8493463726/galleries/>

Buitrón, A., & Collier, J. Jr. (Año). [Fotografía de indígenas en el Valle del Amanecer]. En *Valle del Amanecer* (p. [número de página]). Instituto Otavaleño de Antropología (IOA).

Garcés Paz, H. (1996). Los remaches. Leyendas y tradiciones del Ecuador. Editorial Abya Yala.

ANEXO A: ENTREVISTAS Y ENCUESTAS

https://drive.google.com/drive/folders/1BjVm41HesG4gkuaL8mxuqUA4ai-zi9II?usp=drive_link

ANEXO B: VÍDEO PROMOCIONAL

<https://youtu.be/6V9z03FXQgM>

ANEXO C: PAGINA WEB

<https://www.exhibiciondediseno.net/andariego>

