

# UCUENCA

## Universidad de Cuenca

Facultad de Artes

Carrera de Diseño Gráfico

**Diseño editorial de una guía turística ilustrada con mecanismo pop up para  
promocionar el turismo en el cantón Nabón**


Trabajo de titulación previo a la  
obtención del título de Licenciado  
en Diseño Gráfico

**Autor:**

Danny Sebastián Quezada Cajamarca

**Director:**

David Andrés Jaramillo Carrasco

ORCID:  0000-0002-0759-5495

**Cuenca, Ecuador**

2024-03-04



## Resumen

Este proyecto presenta una propuesta de diseño editorial enfocada en una guía turística ilustrada con mecanismo pop-up, dirigida a impulsar el turismo en el cantón Nabón. La iniciativa integra técnicas de ingeniería del papel e ilustración para representar diversos sitios turísticos seleccionados. La metodología empleada sigue los principios del Graphic Design Thinking de Ellen Lupton, dividiendo el proceso en etapas específicas, incluyendo la definición del problema, la generación de ideas y la concreción de la forma. La primera fase se basa en la investigación y diagnóstico de la problemática, utilizando encuestas y entrevistas con profesionales del campo. La segunda etapa emplea diversas herramientas de conceptualización y pensamiento creativo, para desarrollar la idea y las directrices visuales del proyecto de diseño. Como resultado, se logra un producto que refleja de manera integral y apropiada las características culturales y naturales del cantón Nabón, estableciendo una forma de comunicación innovadora y atractiva para los usuarios interesados en explorar esta encantadora localidad.

*Palabras clave:* ilustración, comunidad, editorial, turismo, dibujo



El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Cuenca ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por la propiedad intelectual y los derechos de autor.

**Repositorio Institucional:** <https://dspace.ucuenca.edu.ec/>

### Abstract

This project presents an editorial design proposal focused on an illustrated tourist guide with a pop-up mechanism, aimed at promoting tourism in the Nabón canton. The initiative integrates paper engineering and illustration techniques to represent various selected tourist sites. The methodology used follows the principles of Ellen Lupton's Graphic Design Thinking, dividing the process into specific stages, including the definition of the problem, the generation of ideas and the concretion of the form. The first phase is based on research and diagnosis of the problem, using surveys and interviews with professionals in the field. The second stage uses various conceptualization and creative thinking tools to develop the idea and visual guidelines of the design project. As a result, a product is achieved that comprehensively and appropriately reflects the cultural and natural characteristics of Nabón, establishing an innovative and attractive form of communication for users interested in exploring this charming town.

*Keywords:* illustration, community, editorial, tourism, drawing



The content of this work corresponds to the right of expression of the authors and does not compromise the institutional thinking of the University of Cuenca, nor does it release its responsibility before third parties. The authors assume responsibility for the intellectual property and copyrights.

**Institutional Repository:** <https://dspace.ucuenca.edu.ec/>

## Índice de contenido

Apartado I.....	8
1.1 Justificación e importancia.....	8
1.2 Delimitación y alcance.....	9
1.3 Fundamentos conceptuales.....	9
Apartado II.....	10
2.1. Breve introducción a la metodología.....	10
2.2 Entender el contexto.....	11
2.2.1 Investigación.....	11
2.2.2 Encuestas.....	11
2.2.3 Entrevista.....	13
2.2.4 Público objetivo.....	13
2.2.5 Modelado de usuario.....	14
2.2.6 Brief.....	15
Apartado III.....	16
3.1 Definir la idea.....	16
3.1.1 Análisis de Homólogos.....	16
3.1.2 Mapa mental.....	20
3.1.3 Moodboard.....	20
3.1.4 Bocetos.....	22
3.2 Definición de la forma.....	25
3.2.1 Definición del estilo.....	25
3.2.2 Tono de estilo ilustrativo.....	26
3.2.3 Cromática.....	26
3.2.4 Ilustración de pop ups.....	27
3.2.4 Tablero.....	30
3.2.5 Tipografía.....	33
3.3 Prototipo.....	34
3.3.1 Materiales.....	34
3.3.2 Mecanismos.....	35
3.3.3 Troquelado.....	35
3.3.4 Ensamblado.....	35
4. Aprendizaje.....	40
Referencias.....	41

## Índice de figuras

Figura 1 Resultados sobre la disponibilidad de información sobre el cantón Nabón.....	13
Figura 2 Resultados sobre el pop-up como medio para promocionar el turismo.....	14
Figura 3 Modelado de usuario 1.....	16
Figura 4 Modelado de Usuario 2.....	17
Figura 5 Modelado de usuario 3.....	17
Figura 6 Brief de diseño.....	18
Figura 7 Homólogo El principito, Saint-Exupéry.....	19
Figura 8 Guía pop up de Hogwarts, Matthew Reinhart.....	20
Figura 9 En el Bosque del Perezoso, Anouck Boisrobert y Louis Rigaud. ....	22
Figura 10 Mapa mental general.....	24
Figura 11 Mapa mental específico.....	24
Figura 12 Moodboard.....	25
Figura 13 Formato del tablero y base de los pop ups.....	26
Figura 14 Formato de los pop ups.....	26
Figura 15 Bocetos de baja fidelidad del proyecto.....	27
Figura 16 Varias pruebas de mecanismos pop up hechos con retazos de papel.....	28
Figura 17 Bocetos de la planificación de los pop ups.....	28
Figura 18 Evolución del estilo visual.....	29
Figura 19 Ilustraciones a blanco y negro del Centro histórico de Nabón.....	29
Figura 20 Características del estilo ilustrativo.....	30
Figura 21 Paleta de colores constante en las ilustraciones.....	31
Figura 22 Centro Histórico de Nabón.....	32
Figura 23 Orquideario de Nabón.....	33
Figura 24 Cuevas de Rarik.....	34
Figura 25 Minas de Sal de Uduzhapa.....	35
Figura 26 Diseño interior del tablero.....	36
Figura 27 Diseño de la parte exterior del tablero.....	37
Figura 28 Diseño de las lengüetas e ilustraciones.....	38
Figura 29 Tipografía Helvética Neue Lt Pro.....	39
Figura 30 Tipografía Pipiola Regular.....	39
Figura 31 Proceso de armado de los pop ups y tablero.....	41
Figura 32 Troquelado de las piezas.....	42
Figura 33 Troquelado de las piezas.....	42
Figura 34 Adhesivo del reverso de los diseños.....	43
Figura 35 Armado de la propuesta final Orquideario de Nabón.....	43
Figura 36 Armado de la propuesta final Cuevas de Rarik.....	44
Figura 37 Armado de la propuesta final Minas de sal de Uduzhapa.....	44
Figura 38 Armado de la propuesta final Centro histórico de Nabón.....	45
Figura 39 Proyecto ensamblado.....	46

## Índice de tablas

Tabla 1.....	15
--------------	----

### **Agradecimientos**

Gracias a todas las personas que me apoyaron en este proceso, desde mi familia en especial a mi ma quien me apoyó desde un inicio cuando decidí entrar a la carrera y ha tenido paciencia conmigo, a mi pa quien también me ayudaba con la universidad, a todos los profes que han sido excelentes maestros y me han incentivado a mejorar mi trabajo y en especial al profe René Martínez a quien admiro y le tengo un gran respeto, él me ha enseñado muchas cosas interesantes sobre el diseño y arte. A mis compañeros y amigos de la universidad con quienes he podido compartir estos casi 5 años de carrera y a quienes aprecio muchísimo y les deseo lo mejor, en todo momento he disfrutado de tantas alegrías y anécdotas que las recordaré con mucho cariño . Por último a mi queridísima chispi quien me ha acompañado durante todo este tiempo, estoy agradecido de tenerla en mi vida, gracias a su apoyo y su amor que me ha dado la fuerza y la motivación en mis momentos de dificultad, gracias a ella he podido crecer y mejorar en muchos aspectos de mi vida y estaré eternamente agradecido con mi pipiola.

## Apartado I

### 1.1 Justificación e importancia

Ecuador es considerado un país megadiverso, y pluricultural, esto abre las puertas a muchas oportunidades que permiten el desarrollo cultural, económico y social del país. En este contexto, el turismo emerge como un pilar fundamental que ha pasado de ser una actividad económica recurrente en la agenda de los gobiernos y organizaciones internacionales de todo el mundo (UN, 2022). La provincia del Azuay es una de las más importantes para el turismo en el Ecuador, conformada por 15 cantones en total, su capital Cuenca tiene una posición privilegiada en el ámbito turístico, siendo una pieza clave para el desarrollo del turismo en la región. Sus atractivos la han posicionado como el lugar que mayor cantidad de turistas atrae en toda la provincia. Sin embargo, esto hace que Cuenca y muchos otros sitios populares acaparen toda la atención, tanto del turista como del propio gobierno y sus habitantes. Existen lugares que carecen de visibilidad y no se dan a conocer como es debido, haciendo que los recursos culturales y naturales no puedan ser aprovechados de manera oportuna.

Con este panorama, se busca enfocar en aquellos sitios que tienen un gran potencial turístico y que puedan convertirse en un promotor cultural, tal como Nabón, que recibe 200 turistas semanales respectivamente (GAD, 2021) si bien existe una demanda de visitantes para estas localidades, aún se mantiene en el desconocimiento de muchas personas en la provincia por la falta de promoción turística que existe. Es imprescindible poder aprovechar los atractivos turísticos que tenemos a disposición y saber apreciarlo como parte de la belleza de nuestro país. Fomentar el crecimiento de estas zonas beneficia a los residentes de la zona, a los gobiernos, a los visitantes y ayuda a crear oportunidades de empleo, mejora la calidad de vida, la preservación de legados culturales y el crecimiento económico, entre otros beneficios en pro del desarrollo de las regiones.

Conociendo la importancia de impulsar estos sectores, se propone el diseño de un producto editorial: una guía turística que ilustre los distintivos encantos turísticos que tiene Nabón para ofrecer, mediante un mecanismo *pop up*, elegido por su interesante interacción y enganche visual que aporta a los usuarios, con el objetivo de incentivar a las personas a descubrir y explorar las diversas actividades y bellezas que ofrecen este sitio escondido en la Provincia del Azuay.

## 1.2 Delimitación y alcance

Este proyecto plantea la creación de una guía turística *pop up* para ser presentada a los usuarios que deseen descubrir nuevos lugares para viajar dentro de la región del Azuay tal como Nabón. El resultado será un producto editorial impreso que brinda información sobre el Cantón Nabón, con el fin promover las características de estos sitios e incentivar a descubrir los atractivos naturales y culturales que poseen, también recomienda distintas actividades recreativas que se pueden realizar. De esta manera, Nabón tendrá más impacto turístico, lo que podría contribuir al desarrollo económico del cantón, ayudando también a la conservación de la cultura al compartirla con los visitantes. Todo el material visual se realizará mediante técnicas de ilustración digital con un estilo propio de carácter rústico tradicional semi realista, que llame la atención de las personas con el fin de otorgar personalidad al producto.

Por cuestiones de tiempo, no se pretende producir más ejemplares ni usarlos para su comercialización. No se tomará en cuenta realizar algún tipo de publicidad en redes sociales ni algún otro medio audiovisual.

## 1.3 Fundamentos conceptuales

El turismo representa una oportunidad de crecimiento global, no solo en el ámbito económico, sino también en a nivel político, cultural, social, y personal. Para el secretario general de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) António Guterres, el turismo es una poderosa fuerza de progreso y entendimiento mutuo, para que produzca todos sus beneficios hay que protegerla y alimentarla (2023). Este sector ofrece un propósito de vida para varias personas que han encontrado esta oportunidad y se abren un lugar en sus propias comunidades.

El *pop up* se muestra como una forma única e inigualable para presentar un mensaje a través del diseño y el correcto uso de las tecnologías que han ido perdiendo relevancia a través de los años, como menciona Serrano (2019) la sorpresa e interactividad que ofrece el *pop up* crean una fuerte conexión entre el lector y el libro. Implementar esta tecnología no solo permite al usuario entrar a una nueva forma de interactuar sino también rescata esta ingeniería que puede ser utilizada para propósitos de diseño integral, es importante exponer estas formas de expresión a las nuevas generaciones en las que se ha reemplazado lo



material por nuevas tendencias digitales. En una sociedad donde las personas pasan más tiempo en sus dispositivos digitales, los soportes físicos del *pop up* rompen esa rutina, se crea una forma de lenguaje universal que dota de tangibilidad a los paisajes, personajes, formas, texturas, historias e involucran a la persona como un actor dentro del propio mundo. Para el desarrollo del proyecto es importante considerar los principios del diseño editorial para considerar el armado y compaginado de libros móviles, así como la composición y diagramación de los componentes del diseño, el proceso general del proyecto demanda varias opciones de propuestas, conceptos, decisiones que como diseñadores debemos identificar qué ideas son las que verdaderamente aportan valor al proyecto, pues como menciona Lupton, un diseñador genera innumerables ideas que no llegarán a usarse y a menudo se verá obligado a empezar de nuevo o a volver atrás y a cometer errores (2011).

## APARTADO II

### 2.1. Breve introducción a la metodología

Para el desarrollo de este proyecto se implementa la metodología *Graphic Design Thinking* (Lupton, 2011) que consiste en los diferentes principios y técnicas de diseño para trabajar en un proyecto, en el que ofrece varias herramientas creativas de diagnóstico para definir el problema, conceptualización y generación de ideas y finalmente concreción de elementos para definir la forma visual final que tendrá el producto.

Además se utiliza diversos recursos bibliográficos enfocados en la ingeniería de papel, realizado por reconocidos profesionales que abarcan diferentes soportes y mecanismos, así como también diversos campos en los que se pueden utilizar esta tecnología. El proyecto también se complementa con técnicas de ilustración digital y diagramación de productos editoriales con fines de enriquecer la propuesta.

El proceso para la realización del producto se organiza en 3 etapas: definir el problema, la idea y la forma, en esta última abarca todo el diseño implementado en un prototipo ensamblado para el producto principal conectado con soporte digital.

#### Definición del problema

La primera etapa se centra en la definición precisa del problema a abordar en el diseño gráfico. Esto implica una identificación clara de los desafíos y la realización de un análisis profundo de la problemática para poder detectar la problemática para comprender sus diversas dimensiones. Durante esta fase, se emplean herramientas de diagnóstico como la investigación, encuestas y entrevistas, lo que permite obtener datos relevantes, contribuyendo así a sentar las bases sólidas del proceso creativo.

#### Definición de la idea

Se caracteriza por la generación de ideas implementando herramientas de pensamiento creativo como lluvia de ideas, *moodboard* y bocetos. Se busca explorar múltiples caminos conceptuales a favor de tener varios puntos de vista, en este apartado se desarrollan directrices visuales que guiarán al diseño, finalmente se empieza a bosquejar prototipos iniciales para analizar la funcionalidad de las ideas.

### Definición de la forma

En esta tercera etapa, se procede a la concreción de ideas. Este paso implica la definición final de la forma visual del diseño, incorporando detalles específicos relacionados con la estética y la funcionalidad. Se realizan ajustes para lograr coherencia y se evalúa la viabilidad práctica de la propuesta. Es un proceso clave para transformar las ideas en un diseño sólido y bien estructurado.

### Prototipado

La etapa de implementación marca la transición de la planificación a la ejecución práctica del diseño finalizado. Aquí, se seleccionan y aplican los recursos y materiales adecuados según las especificaciones establecidas en las anteriores etapas. Se consideran tanto los aspectos técnicos como los estéticos para asegurar que el producto final refleje fielmente la visión del proyecto original.

## **2.2 Entender el contexto**

### **2.2.1 Investigación**

Se realizó una exhaustiva investigación digital que engloba el contexto general de la localidad de Nabón, que aborda su historia, atractivos turísticos, datos demográficos, características de su cultura como la herencia colonial e indígena, también problemáticas presentes tales como la pobreza, migración e índice de analfabetismo. Así también se exploró la situación actual del sector turístico en el Ecuador en el que se evidencia un reciente crecimiento y posicionamiento de Nabón como punto de turismo comunitario y agroturismo, esta búsqueda de información sirvió para contextualizar el proyecto en un marco más amplio.

Las fuentes utilizadas en esta investigación son de origen oficial, lo que brinda fiabilidad y seguridad a la información recopilada. Entre las fuentes se encuentran la página del GAD Municipal de Nabón, el Gobierno del Ecuador, la Organización Mundial del Turismo (OMT), y diversas fuentes de periodismo local.

### **2.2.2 Encuestas**

Mediante la realización de encuestas, se pudo obtener datos sobre el conocimiento de las personas a la localidad de Nabón como por ejemplo: el índice de visitas que se han realizado hacia el lugar y si se considera que existe suficiente información turística

disponible acerca de Nabón. La segunda parte de las encuestas fueron enfocadas en la opinión de las personas sobre la posible solución y medios por los cuales los encuestados obtenían información para viajar (Ver Anexo A).

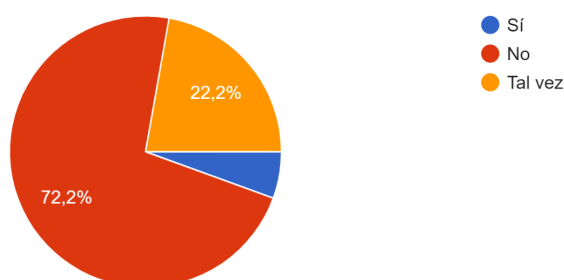
Como conclusión relevante, existe un breve conocimiento acerca de Nabón, acerca de su ubicación, tipos de turismo que se ofertan en la región e incluso personas que han viajado al lugar, sin embargo aún existe un considerable margen de encuestados que creen que no hay la suficiente información que resalte la belleza natural y cultural de la localidad e incentive a las personas a viajara estos lugares (Figura 1).

En cuanto a la propuesta sobre la guía turística *pop up*, ha tenido un buen recibimiento, ya que entre el 50% y 80% de los encuestados piensan que el diseño de este producto es efectivo para promocionar el turismo (Figura 2), en el que un estilo puramente visual y gráfico mediante la implementación de fotografías e ilustraciones llamaría la atención de los usuarios. Finalmente mediante la implementación de mecanismos con forma de mapas ayudaría al funcionamiento de la guía, lo cual también se consideró dentro de la propuesta, aunque de manera no tan directa.

**Figura 1**

*Resultados sobre la disponibilidad de información sobre el cantón Nabón*

¿Cree que hay suficiente información turística disponible sobre el Cantón Nabón?  
54 respuestas

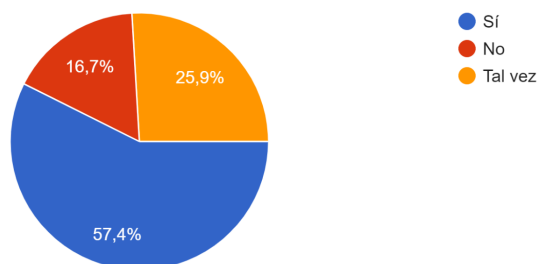


*Nota: En este gráfico se afirma la conclusión anterior, 39 personas consideran que no se dispone de la suficiente información del lugar, que pueda ser implementada para generar interés del público y así generar visitas.*

**Figura 2**

*Resultados sobre la efectividad del pop-up como medio para promocionar el turismo.*

¿Cree que el uso de diseños Pop Up podría ser efectivo para promocionar el turismo en el Cantón Nabón? Ejemplo de Pop Up:  
54 respuestas



*Nota: En este gráfico se evidencia un apoyo al pop up como medio para la difusión y promoción de los atractivos turísticos del cantón Nabón.*

### 2.2.3 Entrevista

La entrevista surge como herramienta principal que más ha contribuido a la realización del brief posterior, la comprensión del problema, la obtención de una visión amplia del público objetivo y, especialmente, a comprender la relevancia del campo de trabajo (Ver Anexo B).

El entrevistado clave fue Adrian Aguirre, un profesional con más de dos años de experiencia como director de departamento del GAD municipal de Nabón. Aguirre, cuenta con un postgrado en especialización en turismo y planificación turística, posee un amplio conocimiento integral de la región y del contexto social de las comunidades que allí residen. Su colaboración ha sido esencial para brindar la información y la perspectiva necesaria para entender los problemas y las ventajas de vivir en un lugar con tanta riqueza cultural y natural.

Aguirre informó que varios profesionales trabajan en equipo para mejorar la oferta turística en Nabón. Además, señaló una creciente demanda tanto de visitantes ecuatorianos como de extranjeros que buscan experiencias como las que ofrece Nabón, tales como el Camino del Inca, las Minas de sal de Uduzhapa, las Cuevas de Rarik, entre otros atractivos turísticos. También destacó la posibilidad de realizar diversas actividades como caminatas espirituales para conectarse con la naturaleza, visitar a los artesanos y acampar en domos.

### 2.2.4 Público objetivo

La segmentación del público objetivo se realizó mediante el desarrollo de un perfil psicológico y social del público objetivo a que se estima llegar, el cual se puede definir como personas de cualquier edad de clase media-baja y media que buscan conocer nuevos lugares y vivir experiencias únicas en contacto con la cultura y naturaleza de los atractivos turísticos. Tabla 1

*Segmentación del público objetivo*

Apartado	Descripción
<b>Insight (características o comportamiento)</b>	Que les guste viajar, amantes o que les guste estar en contacto con la naturaleza, deportistas, personas curiosas por conocer otras culturas.
<b>Demográfico</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- 15 - 65 años</li><li>- Hombres y mujeres</li><li>- Estudian y trabajan</li></ul>
<b>Psicográfico</b>	Personas amables, respetuosas, honestas, solidarias. Activas, alegres, humildes, sociales, curiosas.
<b>Metas</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Descubrir nuevos lugares.</li><li>- Ser feliz.</li><li>- Llevar una vida mas saludable.</li><li>- Desestresarse y salir de la vida de la ciudad.</li><li>- Sentirse libre, de poder hacer lo que le gusta.</li></ul>
<b>Estilo de vida</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Estilo de vida sano, se alimenta bien, hace deporte.</li><li>- Sale a socializar, busca gente con la que relacionarse.</li><li>- Actividades deportivas, caminar, hobbies.</li><li>- Hippie, busca la paz, ser uno con la naturaleza.</li><li>- Personas estresadas por la vida en la ciudad que buscan salir a tomar aire fresco.</li></ul>
<b>Conducta</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Amigable con las personas</li><li>- Ayuda a los demás</li><li>- Persona social que habla con la gente, pregunta, es curiosa, hace nuevos amigos.</li></ul>
<b>Motivaciones</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Descubrir nuevas comunidades</li><li>- Ver paisajes hermosos</li><li>- Comer cosas ricas</li><li>- Encontrarse con nuevas personas</li></ul>

---

**Frustraciones:** - La vida estresante de la ciudad, delincuencia, trabajo, presión social, problemas personales, no tener un descanso.

---

### 2.2.5 Modelado de usuario

Complementado el proceso de segmentación, se realizaron modelados de usuario para identificar las problemáticas y necesidades de los posibles usuarios, para así establecer parámetros que puedan encaminar a un buen producto editorial interesante, único y funcional.

**Figura 3**

*Modelado de usuario 1.*



*Nota: Ficha de Juan Fernando Delgado, sujeto de público objetivo directo, usuario más calificado para el producto de diseño.*

Figura 4



*Nota: Ficha de Cristina Aguilar, sujeto de público objetivo semidirecto, usuario propenso a ser partícipe del producto de diseño.*

Figura 5

*Modelado de usuario 3.*



*Nota: Ficha de Andrés Torres, sujeto de público indirecto, usuario resultante de las consecuencias indirectas, con influencias por parte de terceros quienes lo hayan encaminado al producto de diseño.*



## 2.2.6 Brief

El brief mostrado en la Figura 6, es la herramienta que ayudó a definir los parámetros esenciales para la realización del proyecto de diseño y obtener un resultado preciso. En su estructura, se precisan los alcances del proyecto, definiendo los límites y permitiendo una delimitación clara de los objetivos a alcanzar. Además, identifica minuciosamente el público objetivo, proporcionando un entendimiento profundo de las necesidades y expectativas de la audiencia a la que se dirige (Ver Anexo C)

**Figura 6**

*Brief de diseño.*

CLIENTE	
NOMBRE DEL PROYECTO	Diseño de una guía turística ilustrada con mecanismo pop up para promocionar el turismo en Nabón.
PRODUCTO	Guía turística
NOMBRE	Sebastian Quezada

PROYECTO   <i>propósitos y oportunidades</i>
Nabón es un Cantón ubicado a 69km de Cuenca, este lugar se caracteriza por ser un sector agropecuario, en el que sobresalen la agricultura, ganadería y artesanía, es un lugar con alta riqueza natural y paisajes encantadores para cualquier amante de la naturaleza, tiene un alto valor histórico y cultural con su arquitectura colonial y vestigios arqueológicos. Igualmente su comunidad y actividades agro-artesanales son elementos interesantes para cualquier turista que desee experimentar la vida de campo. Sin embargo Nabón aún no se encuentra en la mente de cualquier persona que quiera viajar, pues como muchos otros lugares no tiene la visibilidad que debería, aún cuando tiene tantas cosas por ofrecer. Sus atractivos culturales y naturales no se pueden experimentar en otro lugar y por ello es importante ofrecer estas oportunidades y potencial a cualquier persona que tenga intereses en viajar.

OBJETIVOS   <i>¿Qué se quiere lograr con el proyecto?</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promocionar el turismo en el Cantón Nabón y resaltar sus atractivos turísticos.</li> <li>• Incentivar a las personas a visitar los lugares aledaños que no tienen tanta visibilidad.</li> <li>• Informar a los turistas acerca de la riqueza natural y legado cultural que tiene Nabón.</li> <li>• Diseñar un producto que realce las cualidades del sector y su cultura, ofreciendo un panorama gráfico atractivo mediante su ilustración y mecanismos pop up.</li> <li>• Brindar información de las actividades deportivas y turísticas que se pueden realizar, para que el usuario tenga mas opciones al momento de viajar.</li> <li>• Promover las nuevas formas de turismo como el turismo comunitario y el agroturismo.</li> <li>• Conectar a las personas con estos lugares y la cultura que los rodea.</li> </ul>

TARGET / AUDIENCE   <i>¿a quién se intenta llegar?</i>
Personas entre 15 y 65 años que les guste viajar, amantes o que les guste estar en contacto con la naturaleza, deportistas, personas curiosas por conocer otras culturas..

ACTITUD   <i>estilo y tono de comunicación</i>
Tono familiar para todas las edades, de comunicación informal, divertido, motivacional, busca incitar a las personas para que visiten Nabón a través de su estilo de ilustración, tipografía, cromática, elementos. También se pretende conectar con las raíces indígenas, su cultura e identidad de las comunidades que habitan y forman parte de la riqueza del Cantón

MENSAJE   <i>¿Qué idea clave tiene que ser recordada?</i>
Se desea comunicar al público sobre los diversos atractivos que tiene Nabón, las actividades, paisajes y cultura que rodea .

## APARTADO III

### 3.1 Definir la idea

#### 3.1.1 Análisis de Homólogos

Para el planteamiento de la posible solución es necesario analizar a profundidad ejemplares excepcionales que implementan la tecnología del *pop up*, estas obras fueron seleccionadas a partir de sus características tecnológicas, funcionales y morfológicas, que se emplean según distintos objetivos y aspectos que son únicos en cada obra, de manera que podemos obtener ciertas conclusiones que se pueden incluir en el producto final.

#### Figura 7

*Homólogo El principito, Saint-Exupéry. Fuente: BooksActually.*



Como se presenta en la Figura 7 el homólogo creado por la editorial Salamandra en 2017, es una adaptación del cuento clásico “El principito” de Antoine de Saint-Exupéry, cuenta las aventuras del pequeño principito a través de varios mundos en busca de un amigo que le pueda acompañar.

**Tecnología:** La cubierta es una pasta de tapa dura, lo que protege a las hojas interiores y en especial a los mecanismos *pop up*, todas las hojas están impresas y recortadas con el mismo material que puede ser una cartulina de unos 200gr/m<sup>2</sup> aproximadamente, al ser un

producto comercial que debe ser producido en masa su troquelado es realizado en máquina de troquel para agilizar el proceso.

**Función:** Los mecanismos son diferentes en cada uno de sus apartados se puede notar un índice a la orientación vertical de los elementos cuando se abren las páginas y se descubren los *pop-ups*, muchos de ellos se adaptan a la narrativa, se implementan diversos elementos como: árboles, telescopios, planetas, personajes, etc. La diagramación de texto se mezcla con el *pop-up* por lo que en varias secciones el texto es adaptado a la forma de las diferentes composiciones. La implementación de listones para jalar pestañas de texto y mecanismos giratorios y anillos crean una interacción magnífica con el lector, ya que para su funcionamiento es necesario mover manualmente estas piezas.

**Forma:** El libro tiene un formato de 18.28cm x 4cm x 25.65cm y consta de 75 páginas. El estilo de ilustración es caricaturesco, infantil y poco detallado que representa de manera fantástica todo el relato, el acabado tiene aspectos que simulan la acuarela y la cromática está implementada principalmente con colores de tono pastel en el que predominan colores cálidos como marrones, tonos amarillentos y rojizos. Su tipografía es de sanserif lo que otorga al libro de modernidad y legibilidad al cuento.

### Figura 8

*Guía pop up de Hogwarts, Matthew Reinhart. Fuente: Best Pop Up Books en Youtube*



Como se observa en la Figura 8, la obra creada por Matthew Reinhart, proyecta una visión general de la Academia de Hogwarts, del famoso libro “Harry Potter”, con el objetivo de conocer a mas detalle los diferentes elementos que conforman la academia mas prestigiosa de magos, en el que sus complejas composiciones incitan al lector a visualizarlo desde sus diferentes ángulos para apreciar la arquitectura e historia que se encuentra en el libro.

**Tecnología:** La cubierta es de un formato de 23,49cm x 6,09 cm x 21.59cm, tiene tapa dura para proteger el libro, las hojas interiores y los complejos mecanismos que tiene dentro. Las hojas interiores están impresas, en algunos edificios tienen impresiones en ambos lados para poder visualizar dentro del castillo.

**Función:** Los mecanismos empleados son varios, se usa el plegado en V en su mayoría, se implementan dobleces flotantes en la pastes de los pasillos y apartados de texto, también se hace uso de tiras que se jalan para mostrar más detalles, estos se encuentran en los edificios y pequeñas secciones de tarjetas que contienen información de la academia Hogwarts.

**Forma:** El estilo gráfico que se maneja es realista mediante fotografía, aunque en algunas partes se puede observar que se implementa ilustración junto a la fotografía para dar ese tono de fantasía al libro.

**Figura 9**

*En el Bosque del Perezoso, Anouck Boisrobert y Louis Rigaud. Fuente: Unpuntocurioso en Youtube.*



Como se puede apreciar en la Figura 9 , este ejemplo realizado por ecologistas para promover el cuidado del medio ambiente, nos muestra granos generales de las composiciones formadas por bosques, su estilo de ilustración es mas caricaturesca lo que aporta personalidad al libro y lo hace mas interesante para el usuario.

**Tecnología:** Libro de formato rectangular de 13.97cm x 2.33cm x 21,59cm con pasta blanda, consta de 16 páginas en total, las hojas interiores son de un gramaje medio alto para el correcto funcionamiento de los mecanismos.

**Función:** Tiene un mecanismo particular de plegado en V, el cual usa una composición de un bosque en medio, que se mantiene estático al pasar las hojas y que termina poco antes del final del libro.

**Forma:** Utiliza formas orgánicas empleando sobre todo en los bosques, en contraste con las formas mas rectas que se emplean en las máquinas creadas por el hombre para destruir la naturaleza. El estilo de ilustración es simple, pues emplea colores sólidos para el dibujo de todos los elementos, no cuenta con un trazo ni con sombras o luces que puedan dar un valor realista al libro. La cromática implementada tiende a una tonalidad de verde para las hojas y pasto, no existe una amplia variedad en el color, se utilizan únicamente verde, azul, blanco y marrón.

### 3.1.2 Mapa mental

Iniciando la etapa de ideación, se comenzó con el desarrollo de herramientas de pensamiento creativo, se realizaron dos mapas mentales: Como se puede ver en la Figura 10 uno que desglosa aspectos generales sobre la localidad de Nabón, y otro específico enfocado en los elementos únicos que caracterizan a Nabón, enfocado en recolectar aquellas ideas que puedan servir directamente al producto de diseño (Figura 11).



Figura 10  
Mapa mental general.

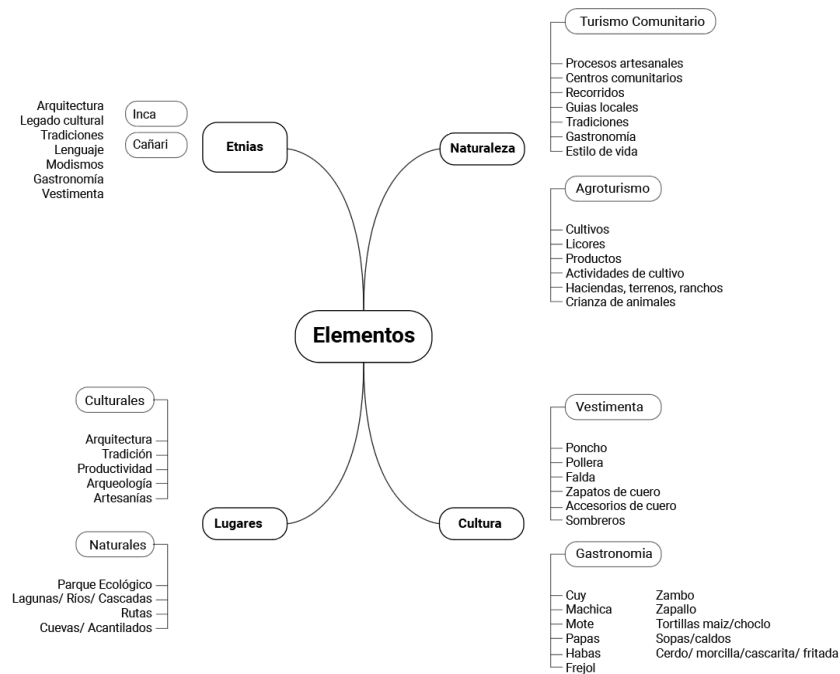
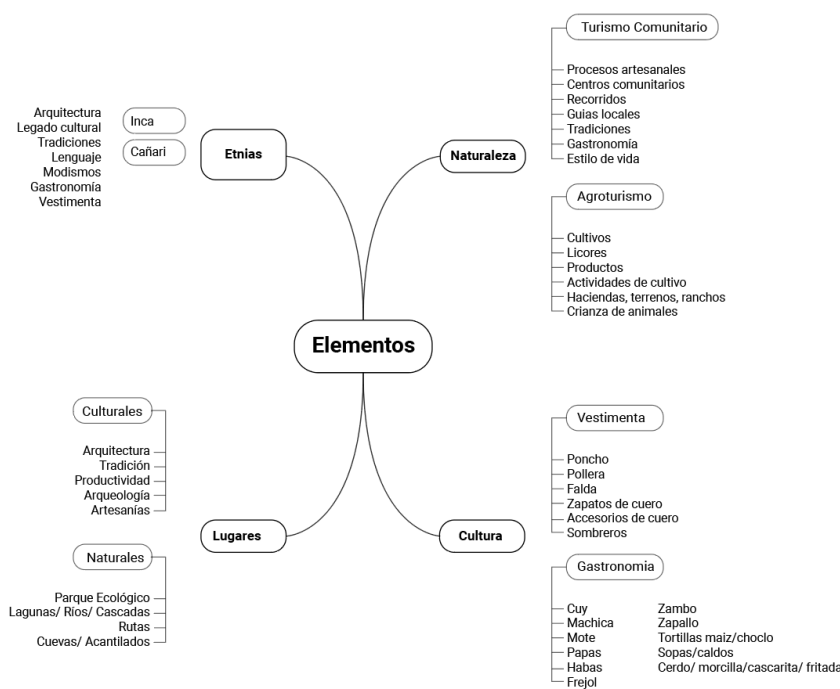


Figura 11  
Mapa mental específico.



### 3.1.3 Moodboard

El *moodboard* (Figura 12) se realiza con el propósito específico de recopilar referencias para la conceptualización visual de las ideas en términos de mecanismos *pop up*, estilo de ilustración, composición de la maqueta, cromática, y fotografías de los lugares turísticos de Nabón. De esta manera creamos un campo de ideas que permitieron definir los parámetros visuales del proyecto, una guía visual que unifica y otorga coherencia a la propuesta final.

**Figura 12**

*Moodboard.*



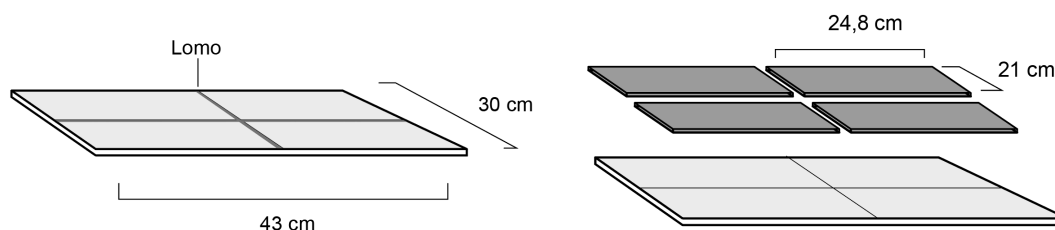
### 3.1.3 Formato

El diseño del tablero se trabajó en un formato de 43 x 30 cm cuando está desplegado, a su vez este se divide en 4 cuadrantes de 24,8 x 21 cm cada uno, el lomo que une estos cuadrantes es de 1cm de ancho (Figura 13)



**Figura 13**

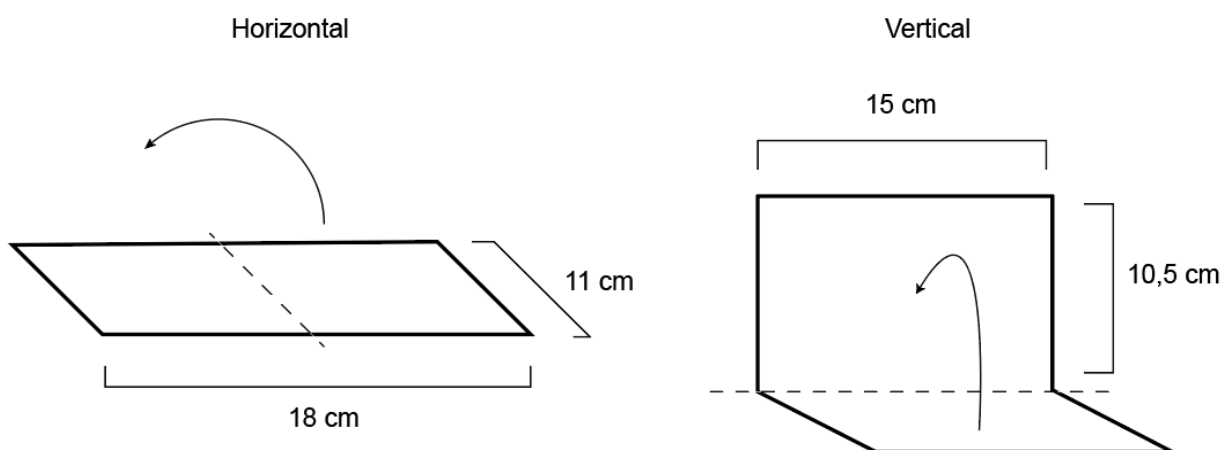
*Formato del tablero y base de los pop up.*



Para los diseños de los lugares turísticos el formato escogido se enfocó en 2 tipos de bases; uno de apertura horizontal de 18 x 11 cm y uno de apertura vertical de 15 x 10,5 cm, este último el formato desplegado llega a ser de 15 x 21 cm (Figura 14).

**Figura 14**

*Formato de los pop ups.*



### 3.1.4 Bocetos

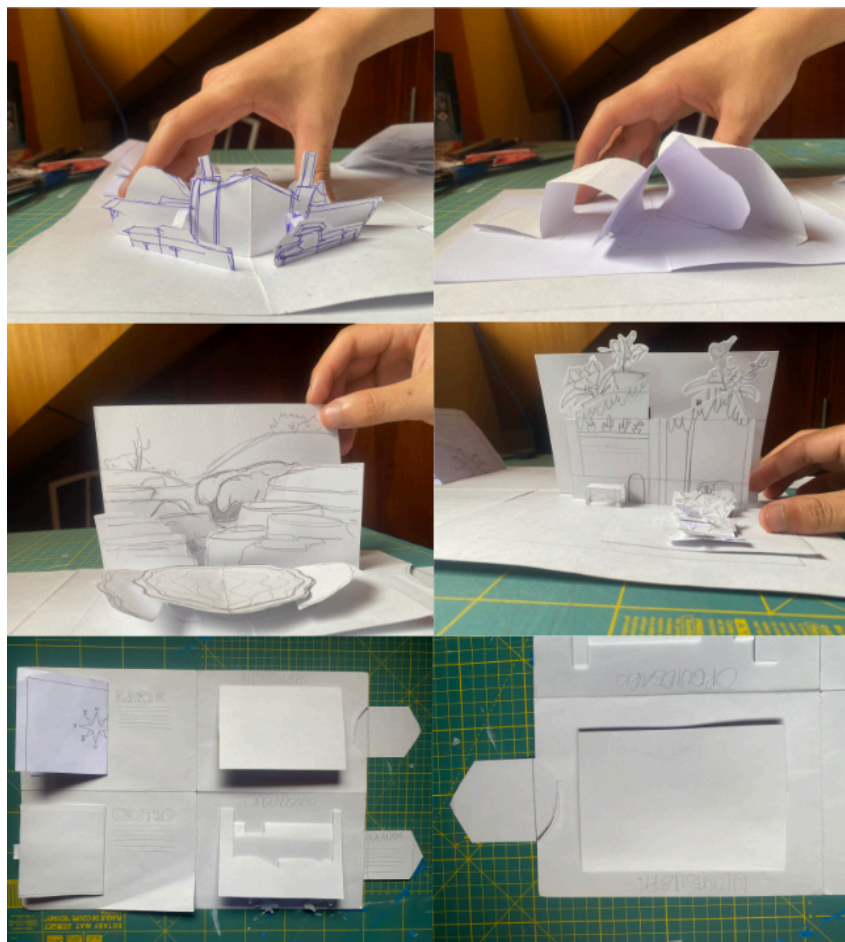
El proceso de bocetaje se llevó a cabo siguiendo los conceptos de la ingeniería del papel de Mark Hiner (2004) en su libro *Paper engineering: for pop-up book and cards* el cual fue el referente principal para el estudio de los mecanismos que posteriormente se incluirían en los diseños finales. Algunos de los aspectos a considerar fueron la planificación de mecanismos, estilo de ilustración e ilustración de los elementos del proyecto. Como se presenta en la Figura 15, se realizaron varios diseños de baja fidelidad para tener una mejor visión general del *pop up*, sobre todo en pensar los sistemas base de los mecanismos y composición, por ejemplo: planificar si la amplitud de apertura de los mecanismos ya sea

en 90° o 180° grados, la dirección de los pliegues y las las proporciones de los elementos visibles que se verán en cada unos de los lugares turísticos.

Finalmente, el proceso de selección de los mecanismos y composiciones se dio mediante un análisis que compara la similitud gráfica de las propuestas con las referencias de las ubicaciones existentes, en cuanto a composición, forma de los elementos y el correcto funcionamiento de las tecnologías empleadas como se puede ver en la Figura 16. Se implementan conceptos y terminologías descritas en el libro *Pop-up Design and Paper Mechanics: How to Make Folding Paper Sculpture*. Guild of Master Craftsman de Duncan Birmingham. De esta manera se concretó los 4 puntos principales, utilizando mecanismos en V, paralelogramos en V, planos flotantes, adición de piezas, solapas móviles y elementos giratorios. Es importante realizar la forma de la base y luego experimentar con ella ya que, un modelo tridimensional hace que sea más fácil visualizar cómo desarrollar una idea emergente y también aclara cualquier problema de diseño (Birmingham, 2010,p24)

**Figura 15**

*Bocetos de baja fidelidad del proyecto.*



**Figura 16**

*Varias pruebas de mecanismos pop up hechos con retazos de papel.*

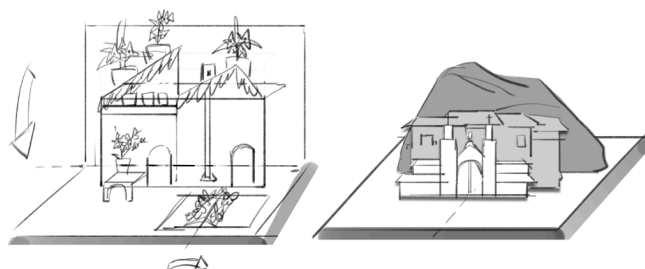


Nota: Estas pruebas ayudaron a formar las composiciones finales, muchas otras no se utilizaron.

Una vez establecido el mecanismo de apertura de cada *pop up*, se realizaron varias propuestas de diseño de los lugares turísticos, enfocado en ilustrar lo mas fiel posible a los ejemplares reales, como se aprecia en la Figura 17. No obstante, debido a consideraciones tecnológicas y a la funcionalidad de los materiales y mecanismos, se realizaron algunos ajustes específicos en el diseño de algunos puntos destacados, como las Cuevas de Rarik y las Minas de Sal de Uduzhapa. Estas modificaciones se llevaron a cabo con la finalidad de garantizar la coherencia visual y estructural en el contexto de los mecanismos *pop-up*, preservando al mismo tiempo la esencia y el atractivo distintivo de estos destinos turísticos en la guía ilustrada.

**Figura 17**

*Bocetos de la planificación de los pop ups.*



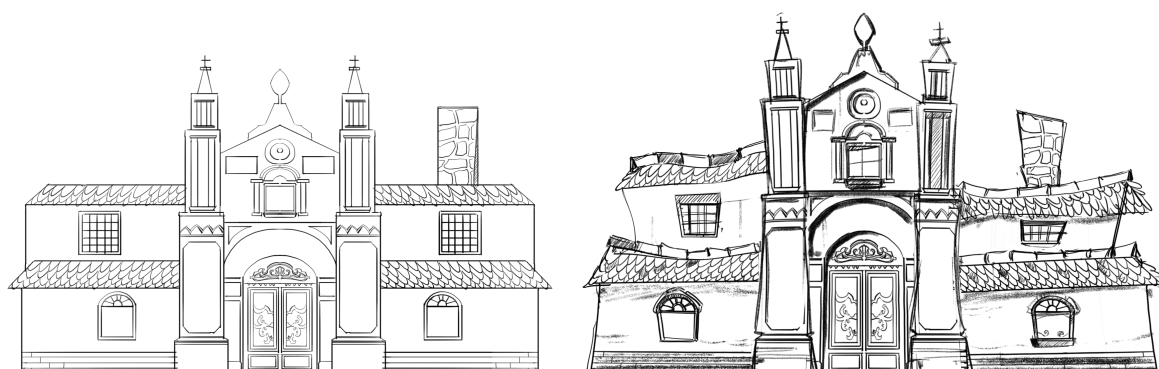
### 3.2 Definición de la forma

#### 3.2.1 Definición del estilo

Para definir el estilo de ilustración fue importante las referencias previamente analizadas en el moodboard, esto permitió que junto con los parámetro de brief el proyecto se encamine a un estilo tradicional, colorido y de proporciones exageradas. El objetivo era capturar el encanto de un pueblo mágico lleno de interesantes características culturales y naturales que ofrece Nabón. Como se puede observar en la Figura 18 se refleja una transición desde una ilustración mas real, cuadrada y monótona, hacia la versión final más exagerada y vibrante, el proceso incorporó varias proporciones y detalles que aportan personalidad distintiva a la identidad visual del proyecto logrando una representación memorable de Nabón.

**Figura 18**

*Evolución del estilo visual.*



Cómo se representa en la Figura 19, una vez definido este estilo, se procedió con la ilustración de los demás puntos turísticos (Ver Anexo D) y demás elementos dentro del *pop up*. De manera paralela se abordaron aquellos diseños que forman parte del tablero como las lengüetas, portada, contraportada y pequeñas ilustraciones ubicadas detrás de las lengüetas.

**Figura 19**

*Ilustraciones a blanco y negro del Centro histórico de Nabón.*





### 3.2.2 Tono de estilo ilustrativo

El tono del estilo ilustrativo, conforme a las directrices establecidas en el brief, se estableció que el producto se orientaba a la sensación de ser artesanal, auténtico, comunal, tradicional. Este enfoque se refleja claramente en los acabados del trazo utilizado, que presenta una calidad tradicional, imperfecta, texturizada, evocando la apariencia de un boceto, además que el tono de la línea es el sepia, se logra una armonización sutil de colores que contribuye a la atmósfera auténtica y nostálgica del diseño.. El estilo semi-caricaturesco se fundamenta en su capacidad para infundir un toque fantasioso al proyecto, aportando una personalidad única y distintiva, lo que hace que personas de cualquier edad puedan apreciar el arte, manteniendo al mismo tiempo las características reales de las localidades representadas. Esto se puede apreciar en la Figura 20.

**Figura 20**

*Características del estilo ilustrativo.*



Nota: Se puede observar las proporciones distorsionadas de los edificios que lo hacen ver como una caricatura, el particular trazado de la línea que muestra la rusticidad y el color y texturas de la ilustración final.

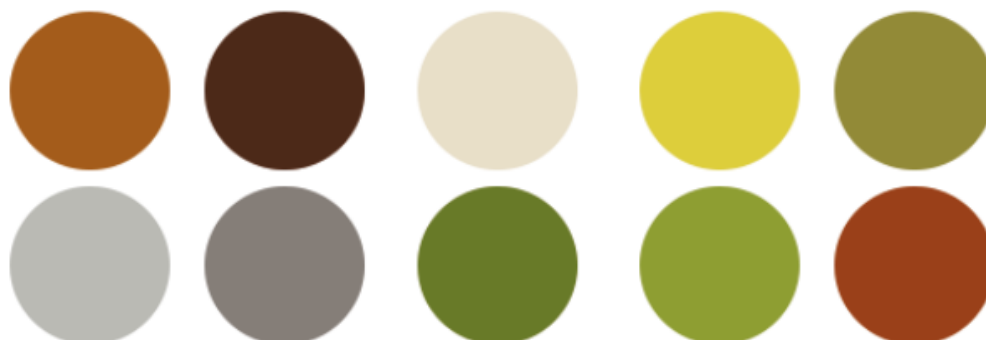
### 3.2.3 Cromática

La cromática implementada en la realización de las artes tienen una tendencia a los colores cálidos como se puede observar en la Figura 21, el propósito es mostrar ese ambiente hogareño y acogedor que existe en Nabón, una comunidad arraigada en la colaboración y hospitalidad. Los tonos cálidos transmiten la sensación de calor humano y refuerzan la idea de una comunidad unida que valora y respeta su cultura y tradiciones.

La naturaleza también tiene mucho que ver al momento de renderizar las ilustraciones, los colores terrosos y verdes son una constante en todas las ilustraciones, esto porque refleja la vida del campo que rodea al cantón y por el cual mucha de sus tradiciones es definida, sin duda también abarca todos los atractivos naturales que rodea la localidad.

**Figura 21**

*Paleta de colores constante en las ilustraciones.*



Nota: Estos colores se ven de manera constante en las ilustraciones, algunos varían según el elemento que se ilustre, por ejemplo las orquídeas.

### 3.2.4 Ilustración de *pop ups*

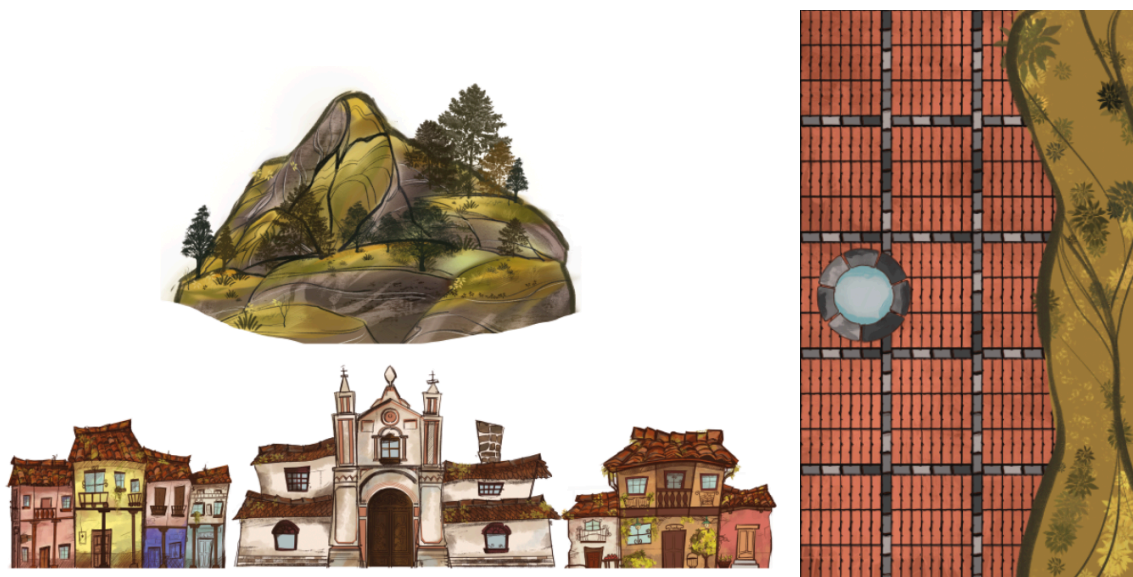
#### Centro histórico de Nabón

Se define el centro histórico, conformado por las casas de arquitectura colonial, la plaza, la iglesia de Nabón y las colinas que rodean al pueblo, estas casas representan el legado histórico mestizo que se refleja en las tradiciones religiosas y demográficas de la región, se caracterizan por ser de 2 pisos, ornamentadas fachadas y colores vivos, estas casas están ocupadas por diversos locales en los que también residen sus habitantes.

La plaza, fundamental en el corazón del centro histórico, se caracteriza por su suelo de ladrillos y una fuente central. Estos elementos arquitectónicos y urbanos no solo son parte integral del paisaje, sino que también encarnan la identidad cultural de Nabón, brindando un escenario pintoresco y lleno de vida que invita a explorar y apreciar la historia y la esencia de este encantador rincón (Figura 22).

#### Figura 22

*Centro Histórico de Nabón.*



### Orquideario de Nabón

En segundo lugar el orquideario está conformado de 2 casas en las que se encuentran en invernadero, esta casa está hecha de madera y adobe, sus techos están contruidos con paja y la fachada cubierta con piedras. Ya que este lugar alberga a mas de 120 especies de orquídeas, se optó por ilustrar las 12 especies más comunes, cada orquídea se presenta en un tamaño uniforme, con diseños únicos que capturan las texturas distintivas de cada flor.

De igual manera se ilustró las piezas de los *pop ups* cómo es la base del mecanismo de las orquídeas. También se puede ver el fondo y la base, ambos realizados por separado y en capas para tener más precisión al digitalizar y realizar los detalles de la vegetación para después unirlo, ya que la pieza base debe ser una sola (Figura 23).

**Figura 23**

*Orquideario de Nabón.*



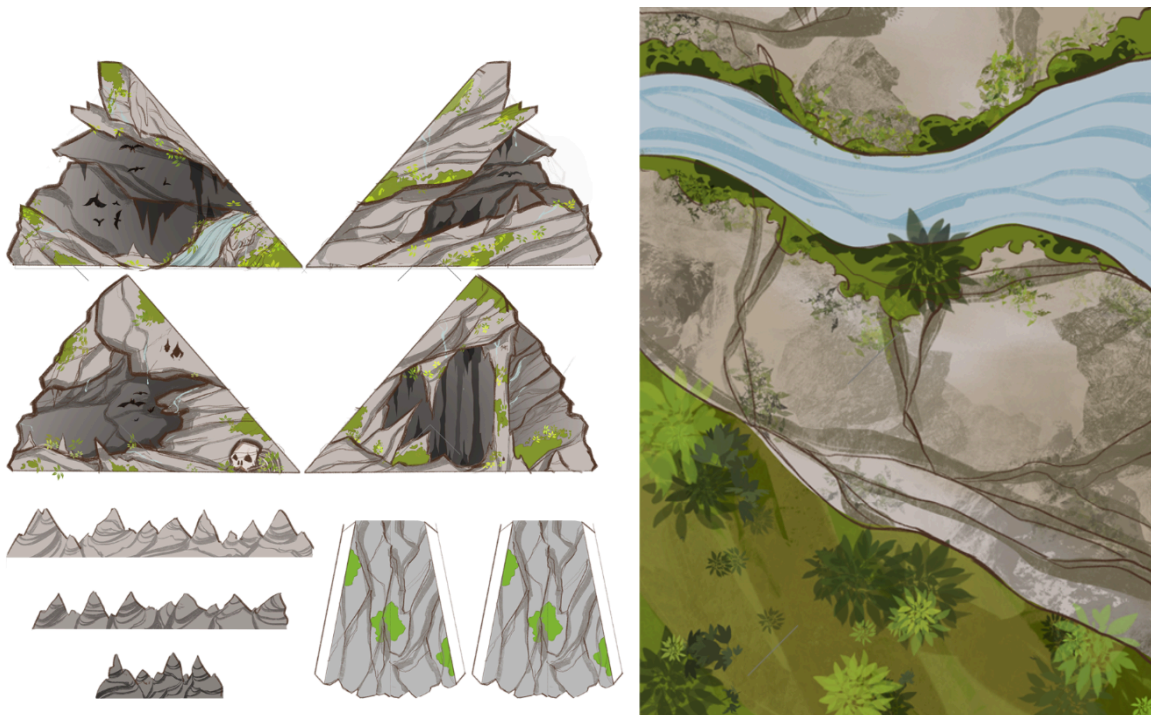


### Cuevas de Rarik

En el caso de las Cuevas de Rarik, se requirió la tarea de ilustrar más piezas, ya que este *pop up* tenía elementos como estalactitas, las dos cuevas de los costados y el arte interior de la cueva. La adaptación del diseño en comparación con la realidad fue necesaria, ya que el mecanismo requería ser armado en una estructura triangular, a diferencia de la forma más orgánica que poseen las cuevas reales y que se encuentran en una zona geográfica menos estable (Figura 24).

**Figura 24**

*Cuevas de Rarik.*



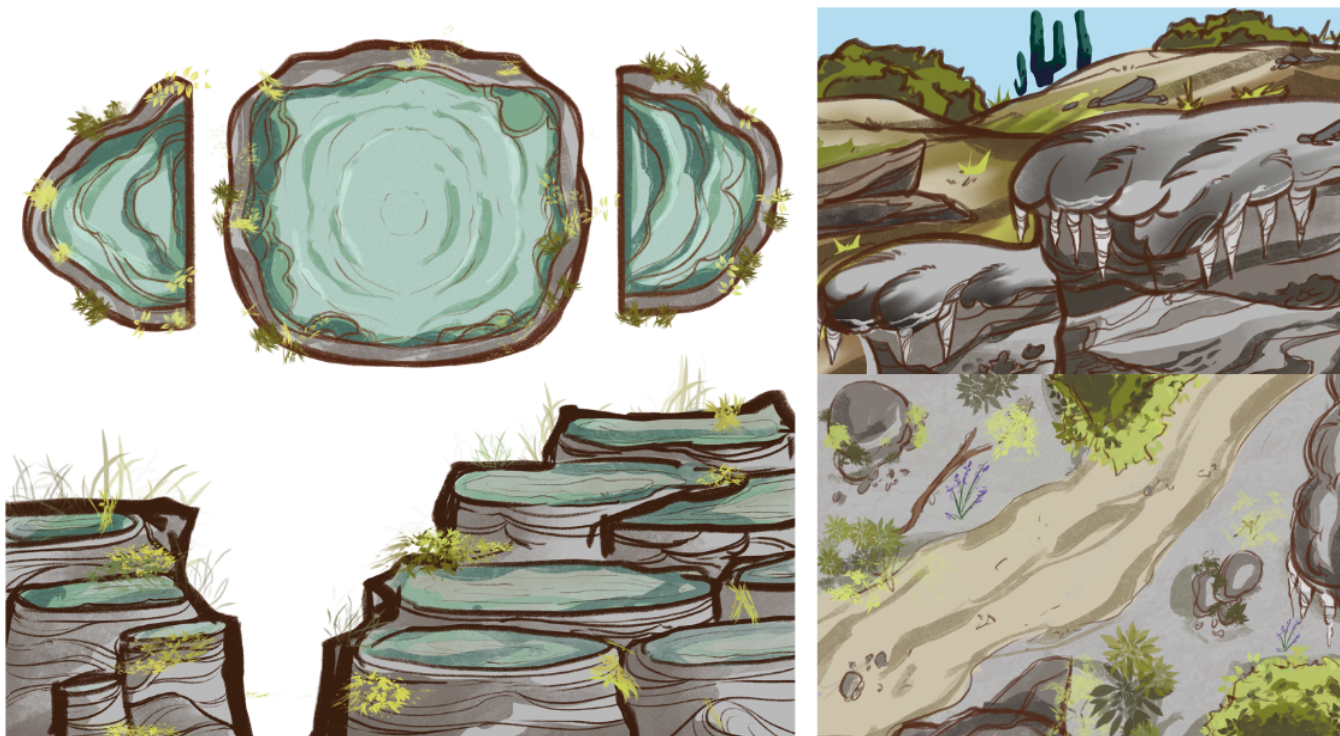
### Minas de Sal de Uduzhapa

Por último, se propone que este atractivo turístico también sea ligeramente modificado ya que aporta un paisaje mucho más interesante, las piscinas de agua salada son una de las particularidades de este lugar, y se buscaba dar énfasis en este detalle por lo que crear una serie de estos pozos creaba un ecosistema reconocible y a nivel compositivo mas visible para el mecanismo.

Por otro lado, el fondo de las Minas de Sal se mantiene mucho más fiel a la realidad, pues representa formaciones naturales y orgánicas en las que se acumulan las sales en forma de picos (Figura 25).

**Figura 25**

*Minas de Sal de Uduzhapa.*



### 3.2.4 Tablero

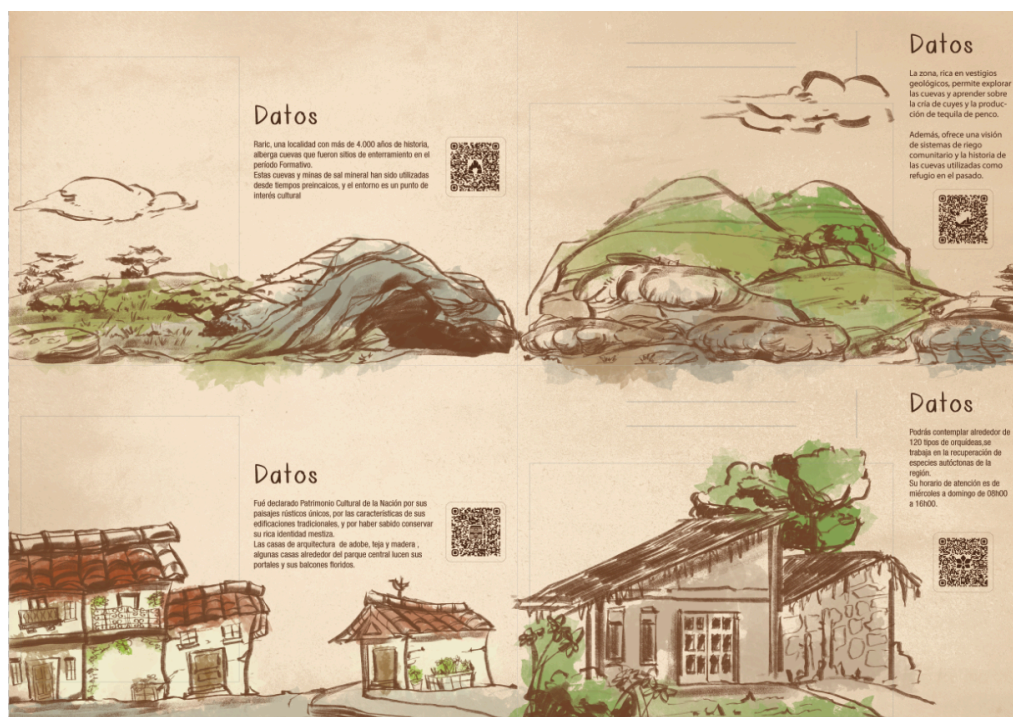
#### Diseño interior

El diseño interior del tablero, donde se encuentra en contenido principal donde se ubican los *pop ups* (Figura 26), se concibió en un tipo de ilustración diferente, un estilo mucho mas rustico y tradicional, reminiscente de un diario o mapa medieval. Este diseño evoca la sensación de descubrimiento y anticipación, representado por el uso de colores opacos y menos saturados, además de la textura de papel viejo que lo hace ver artesanal.

Con el propósito de brindar información adicional y fomentar la exploración, los textos fueron colocados en párrafos breves ya que el propósito es que sirva como ganchos narrativos para incentivar al usuario a investigar acerca de sus lugares de interés, por ello se resolvió mediante la colocación de códigos QR que dan acceso a pdf con información complementaria de los sitios turísticos (Ver Anexo F).

**Figura 26**

*Diseño interior del tablero.*



#### Diseño exterior



Como se observa en la Figura 27, el diseño exterior del tablero, compuesto por la portada, contraportada y el mapa, fue cuidadosamente pensada para ser visualizada de manera secuencial al desplegar el tablero. Al abrirlo lo que primero se revela es la portada, seguida del mapa y finalmente el contenido interno. Una vez se cierra se puede ver la contraportada del proyecto. El objetivo principal de este enfoque de diseño fue proporcionar una visión panorámica y atractiva del proyecto.

La portada sirve como la primera impresión, presentando elementos visuales que invitan a la exploración. El mapa, ubicado estratégicamente, destaca los sitios turísticos y ofrece una referencia visual atractiva para los usuarios. Además, se agregaron otros posibles puntos de interés, enriqueciendo la experiencia turística propuesta. La contraportada, visible al cerrar el tablero, proporciona un cierre visual al proyecto.

El diseño exterior también incorpora una ilustración que captura la esencia de la vida y la cultura de Nabón, destacando el paisaje arquitectónico y natural que define esta encantadora localidad. Este enfoque integral busca no solo informar sobre los lugares turísticos, sino también sumergir al usuario en la riqueza y la diversidad que ofrece Nabón desde el primer vistazo.

## Figura 27

*Diseño de la parte exterior del tablero.*



## Mecanismos del tablero

Para lograr este nivel de participación del usuario, se propuso la incorporación de detalles móviles, como lengüetas, que agregan un componente táctil y lúdico al producto, ese juego que se logra con los mecanismos móviles que hacen al usuario un participante activo del producto y no un espectador. Por ello se propuso el diseño de pequeños detalles móviles como lengüetas, estos elementos fortalecen la interactividad e inmersión del producto, y aportan con información que revela iconos de las actividades que se pueden realizar en cada lugar y también ilustraciones pequeñas que sorprenden al usuario cuando interactúa con estos dispositivos.

Además, se incluyeron ilustraciones pequeñas que dan valor a la experiencia visual y añaden el toque de sorpresa a la interacción, este enfoque crea una conexión mas inversiva y memorable del contenido del tablero (Ver Figura 28).

**Figura 28**

*Diseño de las lengüetas e ilustraciones.*



Nota: Estas lengüetas funcionan al tirar de ellas lo que revelan información e ilustraciones de cada sitio turístico.

### 3.2.5 Tipografía

La elección tipográfica se dió de acuerdo a las características y necesidades del proyecto, en la que se propone las siguientes:

Helvetica Neue Lt Pro (Figura 29), esta tipografía es óptima para textos y subtítulos, por su legibilidad, trazo limpio y espaciado de letras lo que la hacen ideal para el apartado de información donde hay textos cortos como aquellas donde hay textos más extensos. Su versatilidad y claridad contribuyen a una fácil comprensión de la información presentada.

**Figura 29**

*Tipografía Helvética Neue Lt Pro.*

Aa Helvetica  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Pipiola Regular (Figura 30) es una fuente creada exclusivamente para este proyecto, es creada a partir de trazos orgánicos y pinceladas irregulares, que le dan una apariencia de ser hecho a mano, aportando un toque artesanal y auténtico, por lo que es una buena opción para los títulos, de manera que armonice con la estética del proyecto.

**Figura 30**

*Tipografía Pipiola Regular.*

Aa Pipiola Regular  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

### 3.3 Prototipo

#### 3.3.1 Materiales

Los materiales seleccionados para la realización del proyecto fueron cuidadosamente elegidos, tomando en cuenta la necesidad de resistencia y durabilidad debido a la manipulación constante del producto. Se detalla la elección de materiales a continuación:

**Pop-ups (cartulina marfil de 220 gramos):** El reconocido ingeniero del papel Birmingham menciona que, el grosor ideal para realizar pop-ups de alta calidad es 220 de gramaje (2010), por ello se escogió la cartulina marfil de 220 gramos se eligió para los pop-ups debido a su resistencia óptima en las fibras del papel. Esta elección garantiza la durabilidad del producto, especialmente durante las acciones de doblado y manipulación, asegurando que los pop-ups conserven su integridad estructural a lo largo del tiempo.

**Tablero (cartulina de poster plegable O12):** La cartulina de poster plegable O12 se utilizó para el tablero en el cual se dividen los 4 cuadrantes. Esta cartulina aporta estabilidad estructural al conjunto del tablero, asegurando una base sólida para la presentación de los pop-ups. La elección de este material contribuye a la resistencia general del producto.

**Diseño del tablero y reversos de los pop-ups (papel adhesivo blanco polipropileno):** El diseño impreso del tablero y los reversos de los pop-ups se realizó en papel adhesivo blanco polipropileno. Esta elección no sólo proporciona una apariencia limpia y profesional, sino que también evita la visibilidad de espacios blancos traseros en los diseños, manteniendo una presentación estéticamente agradable.

#### 3.3.2 Mecanismos

Los mecanismos son los encargados de brindar esa experiencia innovadora e interactiva, siendo responsable tanto de la correcta funcionalidad de las piezas y el factor sorpresa que tanto engancha a los usuario, la complejidad de estos compromete a su estado, por lo que suelen dañarse y romperse mas rápido, por ello se optó por realizar los *pop up* en base a mecanismos básicos y fuertes. Se utilizó en su mayoría en Plegado en V, Paralelogramos y Capas flotantes para dar tridimensional a los diseños.

#### 3.3.3 Troquelado

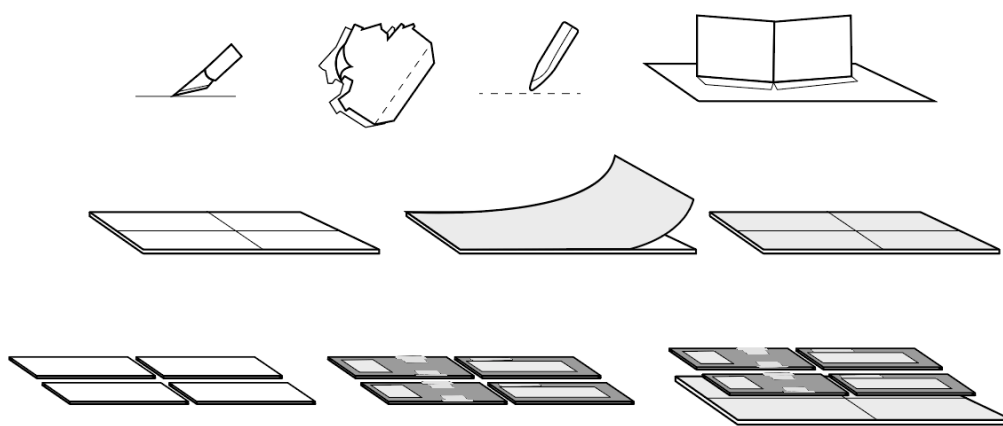
Una vez impresas todas la piezas necesarias, estas fueron cortadas a mano con una cuchilla, en su momento se consideró realizar este proceso mediante el corte de *plotter*,

pero debido a la forma de ciertas piezas se decidió troquelar de forma manual, este proyecto no se puede realizar en serie debido a las circunstancias y complejidad de ciertos mecanismos que lo hace muy difícil y caro poder reproducirlo a escala.

### 3.3.4 Ensamblado

**Figura 31**

*Proceso de armado de los pop ups y tablero.*



Finalmente, entrando en la última fase del proyecto, una vez con todas las piezas troqueladas, el proceso de ensamblaje de los *pop ups* demandó un trabajo meticuloso, comenzando por el armado de los sitios turísticos, todas las piezas debían tener ilustración en ambos lados, con el propósito de que no quede ningún espacio blanco en el área que no hubo impresión y que no interfiera de manera visual al proyecto, por ello con las impresiones en adhesivo blanco se pegaron en el reverso del diseño, una vez realizado este proceso con todas las piezas que se pegan en las bases.

Se procede con el doblado de las pestañas, cada *pop up* debía ser correctamente doblado para que pueda funcionar correctamente al momento de abrir y cerrar el producto. Después se organizan las piezas según cada sitio turístico y se comienza a pegar los *pop ups*, esta parte es importante hacerlo con cuidado, ya que cualquier error puede manchar de pegamento a las piezas y quitar el pegamento es difícil y puede causar daños.



**Figura 32**

*Troquelado de las piezas.*



**Figura 33**

*Troquelado de las piezas.*





**Figura 34**

*Adhesivo del reverso de los diseños.*



**Figura 35**

*Armado de la propuesta final Orquideario de Nabón.*





**Figura 36**

*Armado de la propuesta final Cuevas de Rarik.*



**Figura 37**

*Armado de la propuesta final Minas de sal de Uduzhapa.*



**Figura 38**

*Armado de la propuesta final Centro histórico de Nabón.*





**Figura 39**

*Proyecto ensamblado*



#### 4. Aprendizaje

A lo largo del extenso proceso de desarrollo de este proyecto de tesis, se han concluido valiosos aprendizajes. La aplicación de la metodología Graphic Design Thinking, según los principios de Ellen Lupton, se erigió como un pilar esencial en la estructuración y evolución del diseño. En la etapa inicial, orientada a la identificación del problema, las herramientas de diagnóstico demostraron ser cruciales para una comprensión integral y precisa de la problemática, revelando datos no disponibles en fuentes convencionales y proporcionando una visión más auténtica del entorno que rodea a Nabón.

Durante la fase de ideación y conceptualización, se enfrentaron desafíos significativos debido a la rica historia y cultura de Nabón. La diversidad de herramientas disponibles permitió explorar numerosas vías creativas, aunque la selección final estuvo sometida a la rigidez de los lineamientos del proyecto. Este proceso, caracterizado por un constante ensayo y error, resultó crucial en la construcción de la identidad visual del proyecto, por lo que se tuvo que abandonar ideas interesantes que no se alineaban completamente con los objetivos.

La etapa de diseño y tecnología del proyecto fue la más satisfactoria y divertida de realizar, permitiendo una inmersión profunda en la creación de ilustraciones. La búsqueda de referencias, la investigación y la materialización de conceptos visuales sin lugar a duda tuvo un gran impacto, pues tuve que empaparme de toda esa riqueza cultural y crear nuevas ideas en base a los descubrimientos. Sin embargo, la fase de ensamblaje presenta desafíos adicionales, con problemas que afectaron la construcción del prototipo. A pesar de retrasos y ajustes, este contratiempo se reveló como una lección valiosa, subrayando la importancia de la minuciosidad en la planificación y ejecución.

En última instancia, el montaje final fue un acto que requirió completa atención y paciencia, donde cada pieza se integró con cuidado y precisión. La comprensión adquirida durante este proceso reveló la complejidad de fusionar diseño y arte en proyectos de *pop-up*. La necesidad de considerar no solo lo estético, sino también lo funcional, se hizo evidente, resaltando la importancia de anticipar reacciones y sorpresas para fomentar la exploración del usuario. Este proyecto se erige como un testimonio del poder de los pop-ups para despertar la curiosidad interior y ofrecer una ventana a la exploración del mundo, una experiencia que trasciende la estética para conectar con la esencia lúdica que todos llevamos dentro desde niños, es importante haber contribuido en el rescate de estas tecnologías, pues en un mundo con tendencias cada vez más digitales es una nueva experiencia que llega a ser memorable en las personas.

### Referencias

- Castillo, L. (2021, January 15). *Oña y Nabón, en Azuay, entraron a la ruta de destinos turísticos al aire libre*. El Comercio. Retrieved January 6, 2024, from <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/ona-nabon-azuay-destinos-turisticos.html>
- Lupton, E. (Ed.). (2015). *Intuición, acción, creación. Graphic Design Thinking*. Editorial GG, SL.
- United Nations. (s. f.). *Día Mundial del Turismo | Naciones Unidas*.  
<https://www.un.org/es/observances/tourism-day>
- Serrano, M. (2018). *¡Pop-up! La arquitectura del libro móvil ilustrado infantil* Universidad de Granada. Tesis Doctorales. <http://hdl.handle.net/10481/49073>
- World Tourism Day 2023 | "Tourism and Green Investment"*. (n.d.). UNWTO. Retrieved January 5, 2024, from <https://www.unwto.org/es/world-tourism-day-2023>
- Hiner, M. (2004). *Paper engineering : for pop-up books and cards*. Tarquin Publications.
- Birmingham, D. (2010). *Pop-up Design and Paper Mechanics: How to Make Folding Paper Sculpture*. Guild of Master Craftsman.

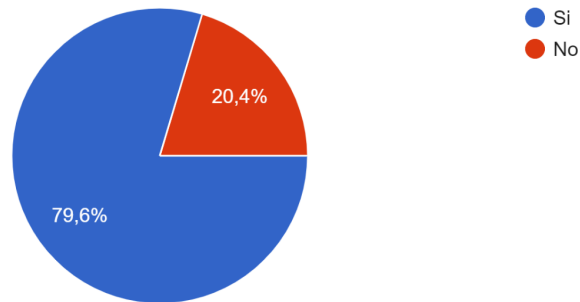
## Anexos

## Anexo A

## Resultados de las encuestas

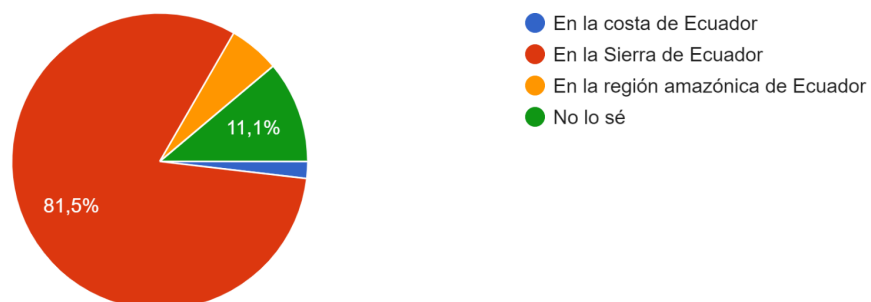
¿Ha oído hablar del Cantón Nabón?

54 respuestas



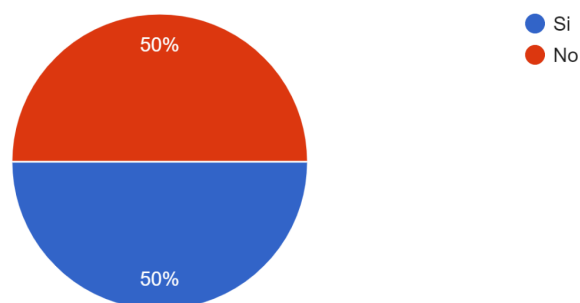
¿Dónde cree que se encuentra el Cantón Nabón?

54 respuestas



¿Ha visitado el Cantón Nabón alguna vez?

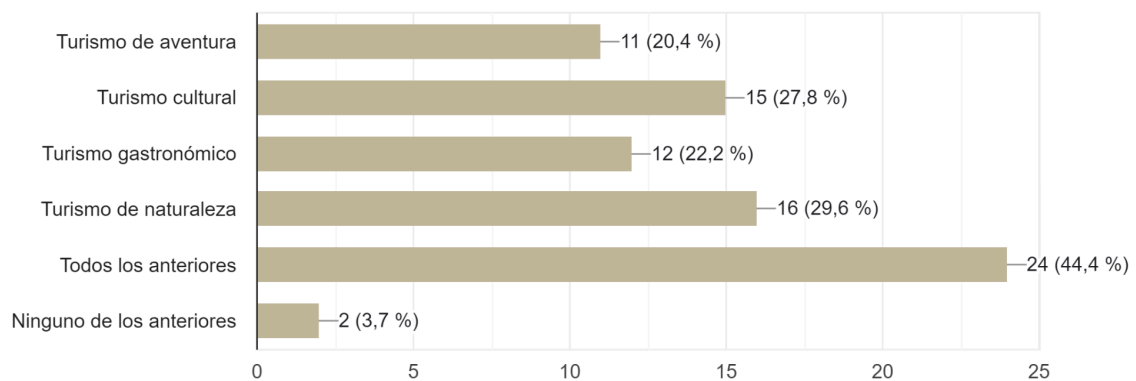
54 respuestas





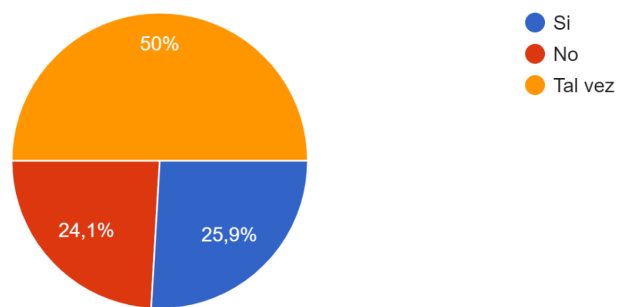
¿Qué tipo de turismo cree que se puede realizar en el Cantón Nabón?

54 respuestas



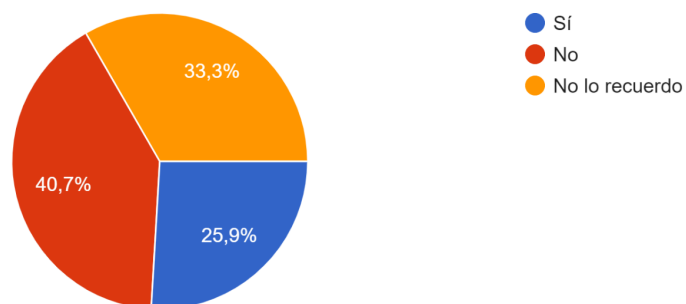
¿Cree que el Cantón Nabón es un destino turístico popular?

54 respuestas



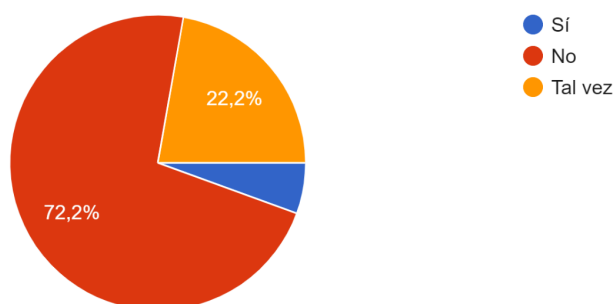
¿Ha visto alguna promoción turística del Cantón Nabón en los medios de comunicación?

54 respuestas



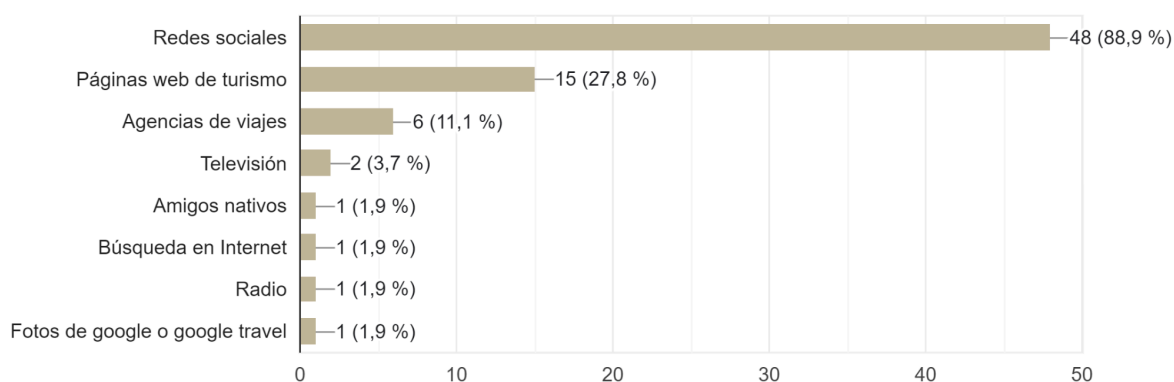
¿Cree que hay suficiente información turística disponible sobre el Cantón Nabón?

54 respuestas



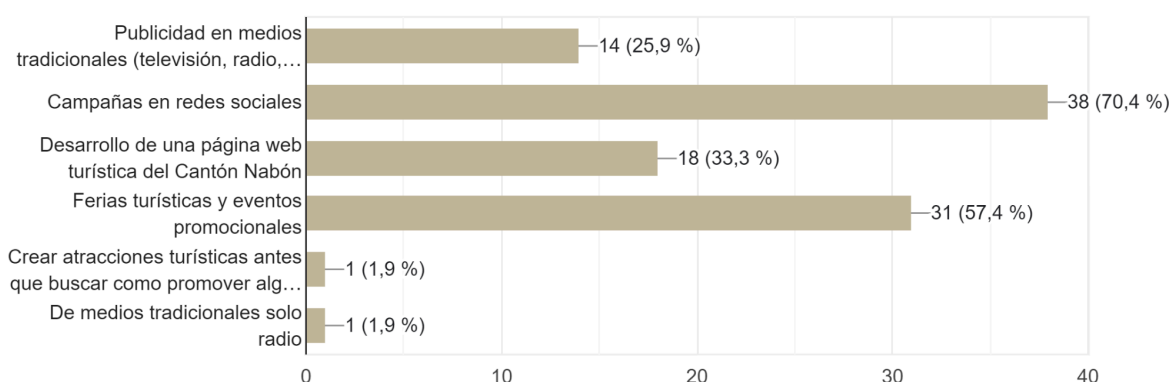
¿Qué medios de comunicación utiliza para obtener información sobre destinos turísticos?

54 respuestas



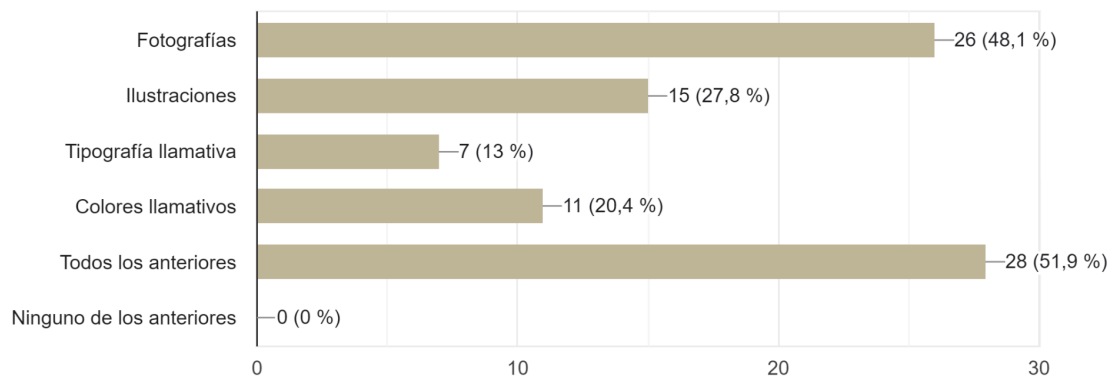
¿Qué estrategias de promoción turística cree que deberían implementarse en el Cantón Nabón?

54 respuestas



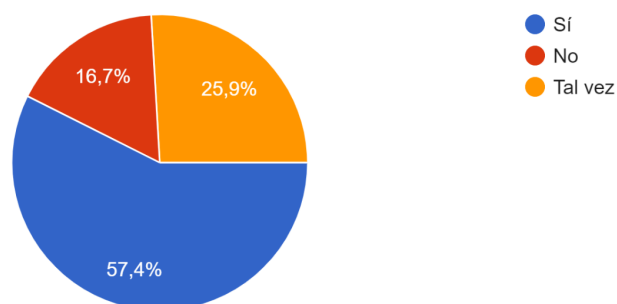
¿Qué elementos gráficos cree que son importantes en una campaña publicitaria para promocionar el turismo en el Cantón Nabón?

54 respuestas



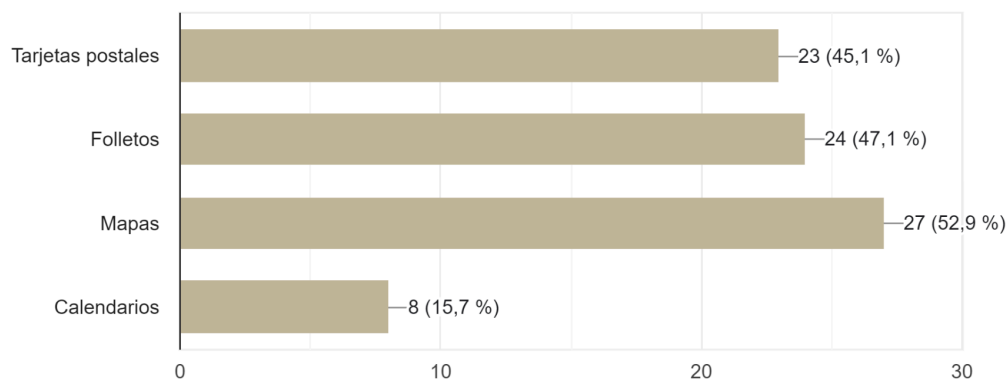
¿Cree que el uso de diseños Pop Up podría ser efectivo para promocionar el turismo en el Cantón Nabón? Ejemplo de Pop Up:

54 respuestas



¿Qué tipo de Pop Up cree que sería efectivo para promocionar el turismo en el Cantón Nabón?

51 respuestas



## Anexo B Entrevista con Adrian Aguirre

<b>Entrevista a:</b> Adrian Aguirre <b>Educación:</b> Postgrado en Especialización en turismo y planificación turística <b>Cargo:</b> Director de Departamento en el GAD municipal de Nabón <b>Experiencia en el sector:</b> 2 años trabajando en Nabón	
<b>1. ¿Cómo describiría la situación actual del turismo en el Cantón Nabón?</b>	Del 1 al 10 estaríamos en un 8, falta mucho por hacer, sin embargo hay bases y hay mucha conexión con los entes de control por ejemplo el ministerio de turismo, justo ahora estamos con una gran ilusión de postular para un proyecto que la organización mundial del turismo lanzó justo estos días, y pensamos que reunimos las características documentales y culturales, además de cumplir algunos requisitos que requiere esta institución internacional para que se nos otorgue un galardón, como dentro de las villas mas bonitas del mundo. Entonces eso sin duda si nos ponemos acceder a eso nos volveremos realmente un cantón competitivo, sobretodo en temas auténticos, en temas reales que es la comunidad de la gente, la agricultura o ganadería, lo que hacemos nosotros dentro de nuestras principales actividades económicas y por supuesto los escenarios naturales que tenemos acá tan variados y bonitos.
<b>2. ¿Cómo se compararía el Cantón Nabón con otros destinos turísticos cercanos en términos de popularidad?</b>	Antes no se podía hablar mucho de Nabón, con operadores de turismo inclusive con otros cantones, como con el propio ministerio de turismo, con la fundación de turismo para cuenca, ellos focalizaron sus esfuerzos en cantones mas grandes, no necesariamente mas bonitos, si no grandes y populares como Gualaceo, Paute, Girón, versus cantones pequeños de la parte sur de la provincia como Nabón, Oña, El pan y Sevilla de Oro. Creo que ahora nos podríamos estar codeando con otros cantones de provincia como Paute, Oña, mucho mas que El Pan, que Sevilla de Oro o San Fernando.
<b>3. ¿Qué tipo de información considera que es más importante destacar en los diseños gráficos para promocionar el turismo en el Cantón Nabón?</b>	Nuestro Cantón es uno evidentemente agrícola, productivo, activo, muy especial porque tenemos la pluriculturalidad viviente en el día a día. El cantón tiene comunas indígenas, mas o menos un 30% de la población de nabón son comunidades indígenas jurídicamente reconocidas como ancestrales, entonces es el único cantón en la provincia del Azuay que tiene estas características de identidad bastante propias y antiguas. Tenemos arqueología que es importante, grandes vestigios arqueológicos, está el Camino del Inca el cual es patrimonio cultural de la humanidad que atraviesa Nabón, el Centro Cantonal de Nabón es patrimonio cultural del estado ecuatoriano, arquitectónicamente gozamos de un privilegio único de tener unos bienes edificados en

	<p>excelente estado de conservación conjuntamente con el Centro Parroquial de Cochapata pues son lugares encantadores. La naturaleza es fantástica, prácticamente todos los ecosistemas están presentes, encuentras desde bosques secos con vegetación xerofítica de cactus, hasta zonas elevadas de transición que cruzan hacia la selva. Nabón viene a ser un pequeño resumen de lo que es todo el Ecuador por su amplia diversidad escénica, cultural e inclusive alimenticia.</p>
<p><b>4. ¿Qué iniciativas se están llevando a cabo para mejorar la infraestructura turística del Cantón Nabón?</b></p>	<p>Los convenios, por ejemplo tenemos uno firmado con el Consejo Provincial del Azuay para mejorar la infraestructura turística de una zona en específico que es la Laguna de Curiquingue, completamente conectada con la Panamericana Sur y con el mercado comunitario de la Ramada. Es justamente en este lugar donde se dio un evento de pesca deportiva y tenemos un convenio firmado para mejorar un poco las facilidades turísticas de ley como implementación de un centro de interpretación, señalética, personas que están más empoderadas de la educación ambiental, capacitaciones en recibir turistas. También mi plan este año operativo anual contempla un rubro interesante para lo que es señalética turística en intersecciones, miradores, espacios naturales y áreas protegidas, lo que está permitido y lo que no, entonces estamos generando una cultura turística en el Cantón que no había en años anteriores.</p>
<p><b>5. ¿Ha utilizado alguna vez el diseño gráfico para promocionar el turismo en el Cantón Nabón? Si es así, ¿cuáles fueron los resultados?</b></p>	<p>Por supuesto, sin duda, de hecho dentro de las implementaciones que hemos hecho, el portal de compras públicas nos exige de acuerdo a los montos, características puntuales de procesos de importación como había mencionado anteriormente en la señalética, en la que hay manuales que están normados por INEN, el Ministerio de Turismo y el Ministerio del ambiente. Es un trabajo que se elaboran bastante cerca con los diseñadores gráficos, la promoción, ilustraciones, colores, estas implementaciones utilitarias también lo trabajamos con gente de diseño y los resultados han sido sumamente positivos.</p>
<p><b>6. ¿Qué tipos de diseños cree que podrían ser efectivos para promocionar el turismo en el Cantón Nabón?</b></p>	<p>A mi me significan dos características muy propias de nuestro cantón. Una es el tema productivo, el agro-turismo, el turismo vivencial, las experiencias de compartir con la gente auténtica. Y en segundo lugar el tema de recursos naturales o paisajísticos, entonces tenemos una naturaleza privilegiada verdaderamente y complementada a la realidad humana.</p>
<p><b>7. ¿Qué lugares turísticos le recomendaría visitar a una persona que piensa ir a Nabón?</b></p>	<p>Algunas recomendaciones están consideradas según la gente, ubicándonos un poco con el target de visita que es gente adulta, pensaría que el Centro Cantonal es riquísimo en muchos aspectos, la iglesia matriz es hermosísima, ahora justamente se están restaurando los retablos principales para abrir nuevamente al público. Todo el contexto de las casas coloniales del centro poblado de Nabón como dije es patrimonio edificado de la nación, entonces tiene connotación histórica y además visual muy importante. También el complejo</p>

arqueológico de Dumapara. Para ofertar a los jóvenes deportistas tenemos actividades como el senderismo, ciclismo, camping y el trekking, la verdad es que Nabón se presta para todos, si tienes que centrarte en la cultura tenemos un pueblo con cultura indígenas que tienen incluso patrimonios mundiales que atraviesan por el cantón con complejos arqueológicos con mucho bagaje histórico. Y si la gente está mas interesada en la aventura tenemos lugares extraordinarios para caminar como la Laguna de Curiquingue, Laguna de Morasloma, Cuevas de Rarik, Minas de Sal de Uduzhapa. También el tema del tequila que es algo super específico de Nabón, tenemos tequileros de los mejores en el país, tanto que está a nivel de exportación, el mizhqui tiene denominación de origen ya que en Ecuador lo tienen muy pocos elementos que tienen una denominación de origen por ejemplo el sombrero de paja toquilla, el cacao, el mishqui en los pueblos de Nabón y oña tiene este denominacion de origen, que es algo que pasó recientemente.

## Anexo C

### Brief

CLIENTE	
NOMBRE DEL PROYECTO	Diseño de una guía turística ilustrada con mecanismo pop up para promocionar el turismo en Nabón.
PRODUCTO	Guía turística
NOMBRE	Sebastian Quezada

PROYECTO   <i>propósitos y oportunidades</i>
<p>Nabón es un Cantón ubicado a 69 km de cuenca, este lugar se caracteriza por ser un sector agropecuario, en el que sobresalen la agricultura, ganadería y artesanía, es un lugar con alta riqueza natural y paisajes encantadores para cualquier amante de la naturaleza, tiene un alto valor histórico y cultural con su arquitectura colonial y vestigios arqueológicos. Igualmente su comunidad y actividades agro-artesanales son elementos interesantes para cualquier turista que desee experimentar la vida de campo.</p> <p>Sin embargo Nabón aún no se encuentra en la mente de cualquier persona que quiera viajar, pues como muchos otros lugares no tiene la visibilidad que debería, aún cuando tiene tantas cosas por ofrecer. Sus atractivos culturales y naturales no se pueden experimentar en otro lugar y por ello es importante ofrecer estas oportunidades y potencial a cualquier persona que tenga intereses en viajar.</p>

OBJETIVOS   <i>¿Qué se quiere lograr con el proyecto?</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Promocionar el turismo en el Cantón Nabón y resaltar sus atractivos turísticos.</li> <li>Incentivar a las personas a visitar los lugares aledaños que no tienen tanta visibilidad.</li> </ul>

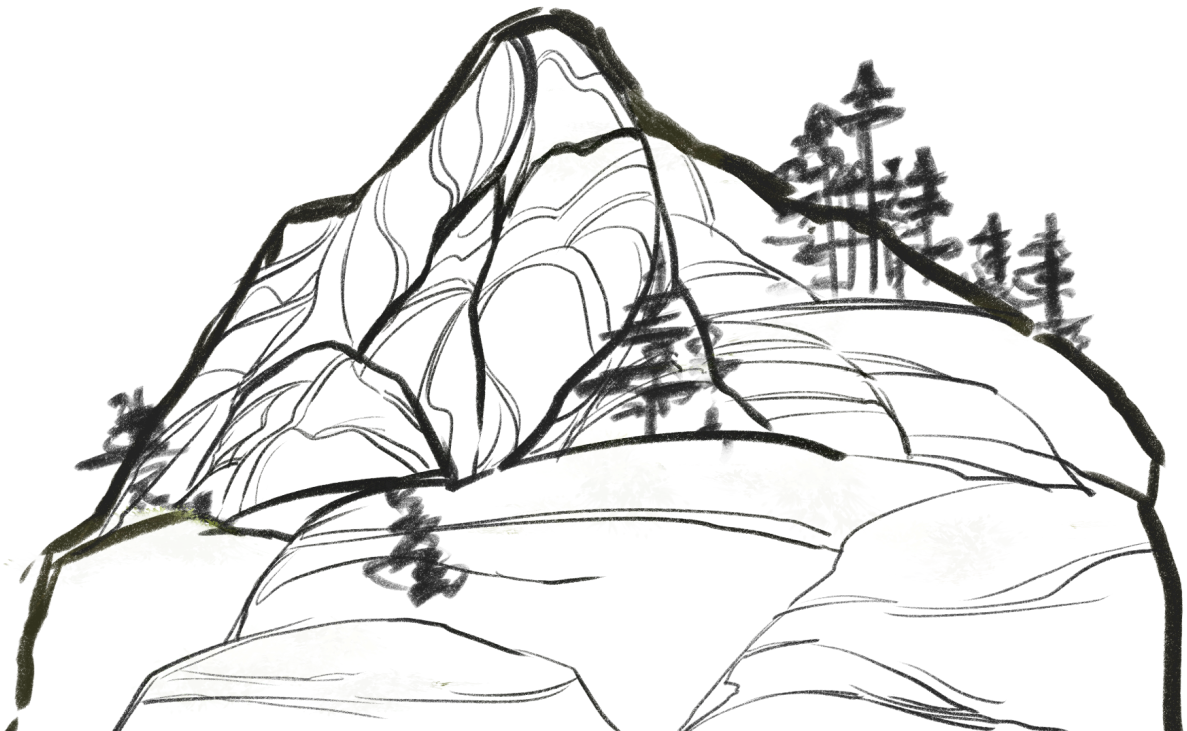
CLIENTE	
NOMBRE DEL PROYECTO	<b>Diseño de una guía turística ilustrada con mecanismo pop up para promocionar el turismo en Nabón.</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informar a los turistas acerca de la riqueza natural y legado cultural que tiene Nabón.</li> <li>• Diseñar un producto que realce las cualidades del sector y su cultura, ofreciendo un panorama gráfico atractivo mediante su ilustración y mecanismos pop up.</li> <li>• Brindar información de las actividades deportivas y turísticas que se pueden realizar, para que el usuario tenga mas opciones al momento de viajar.</li> <li>• Promover las nuevas formas de turismo como el turismo comunitario y el agroturismo.</li> <li>• Conectar a las personas con estos lugares y la cultura que los rodea.</li> </ul>	
TARGET / AUDIENCE   <i>¿a quién se intenta llegar?</i>	
Personas entre 15 y 65 años que les guste viajar, amantes o que les guste estar en contacto con la naturaleza, deportistas, personas curiosas por conocer otras culturas..	
ACTITUD   <i>estilo y tono de comunicación</i>	
Tono familiar para todas las edades, de comunicación informal, divertido, motivacional, busca incitar a las personas para que visiten Nabón a través de su estilo de ilustración, tipografía, cromática, elementos. También se pretende conectar con las raíces indígenas, su cultura e identidad de las comunidades que habitan y forman parte de la riqueza del Cantón	
MENSAJE   <i>¿Qué idea clave tiene que ser recordada?</i>	
Se desea comunicar al público sobre los diversos atractivos que tiene Nabón, las actividades, paisajes y cultura que rodea .	

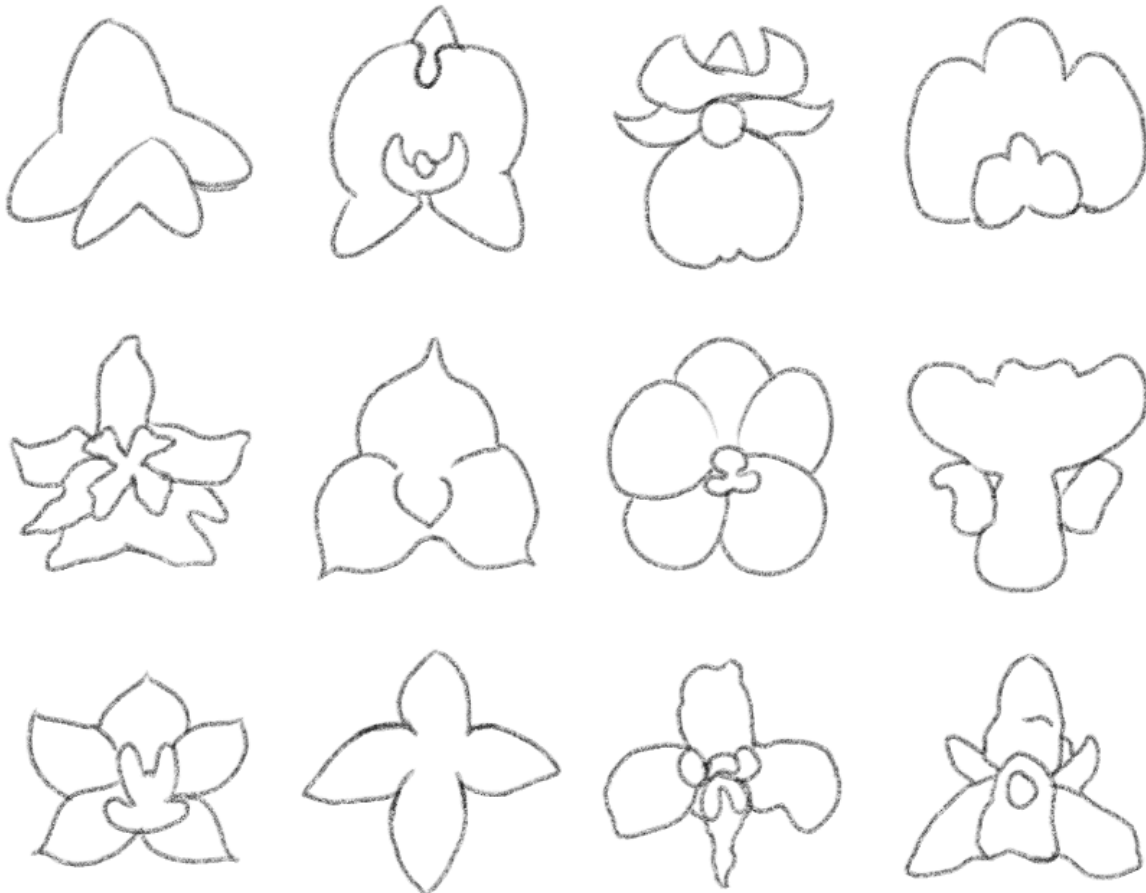


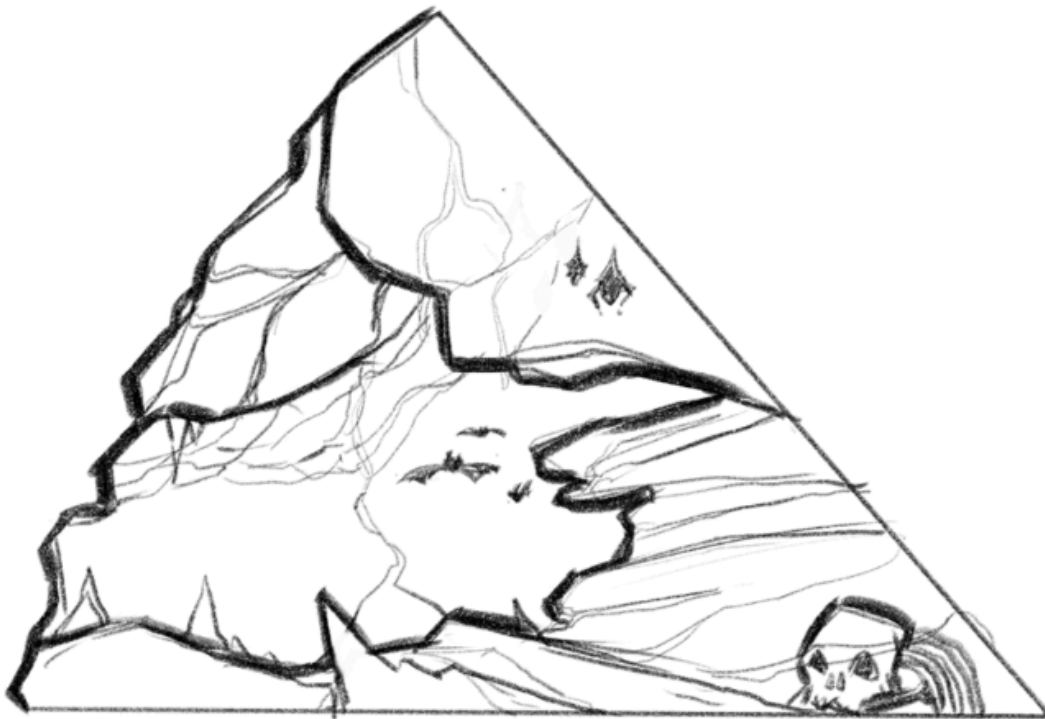
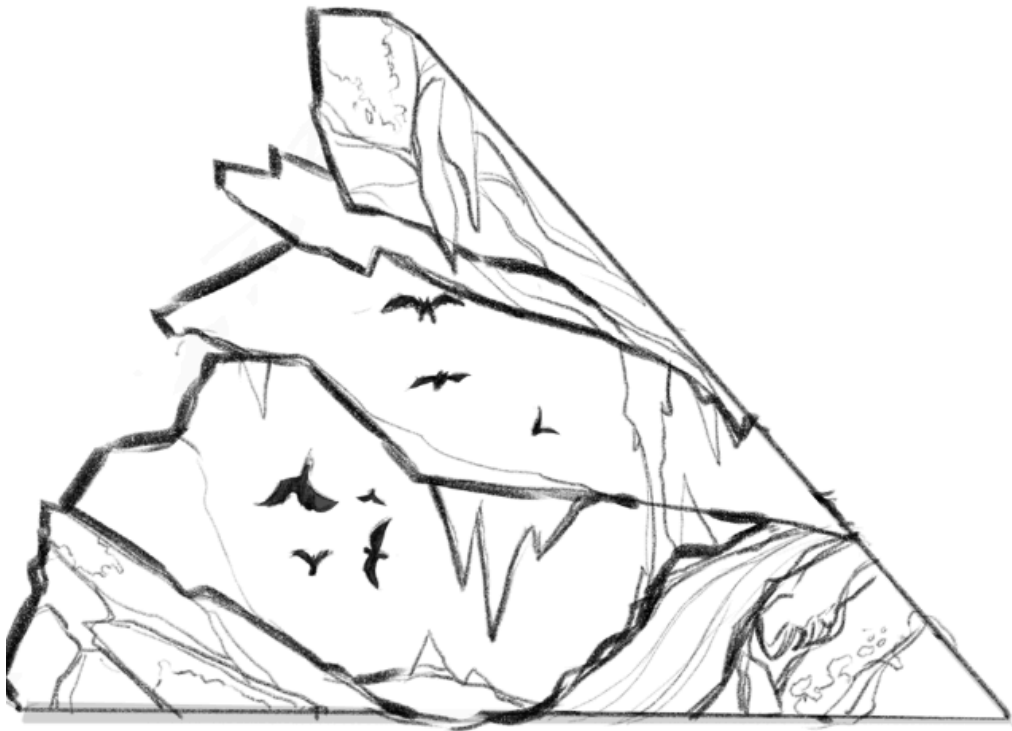
## Anexo D

### Bocetos de ilustraciones

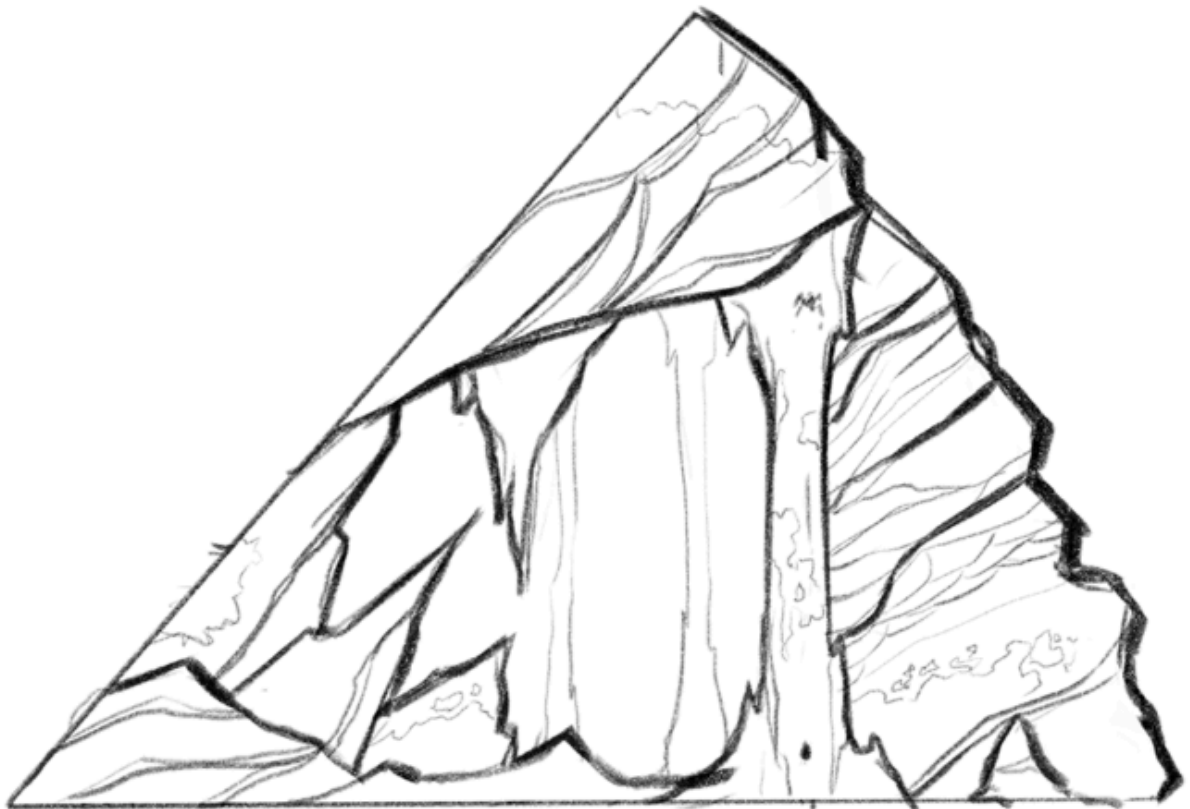
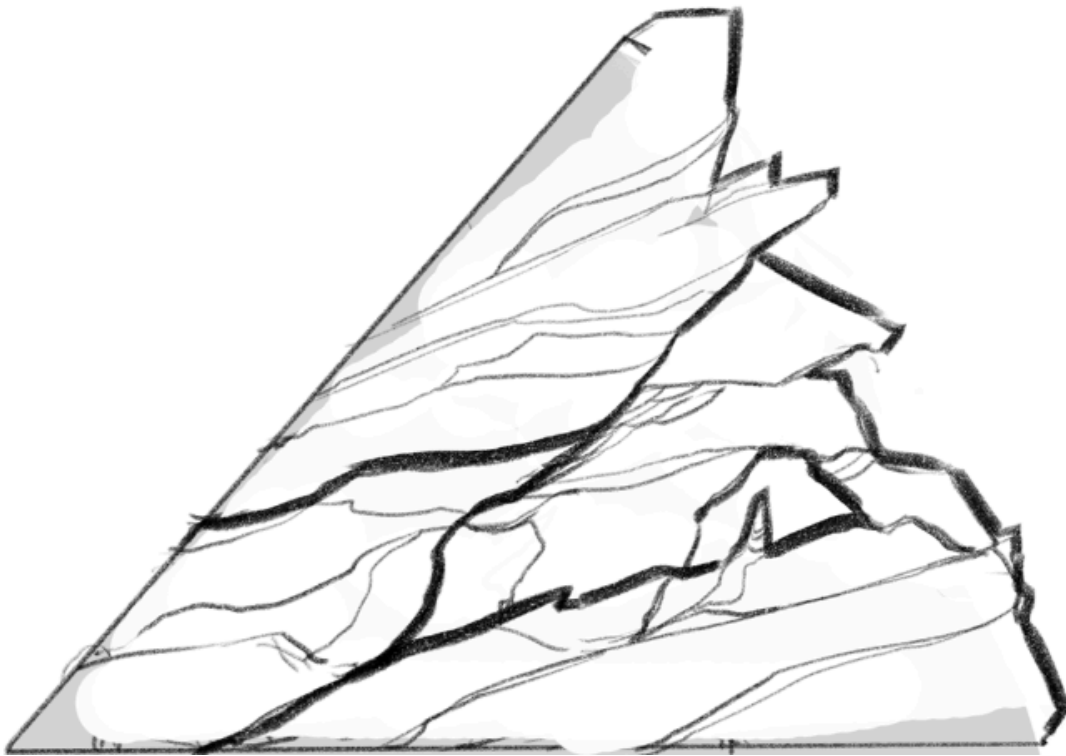


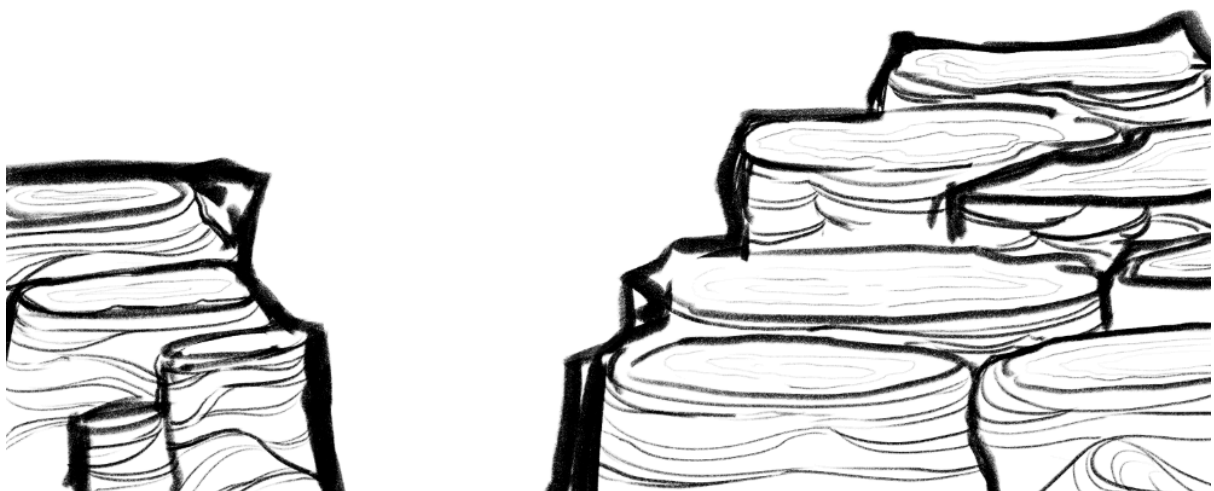
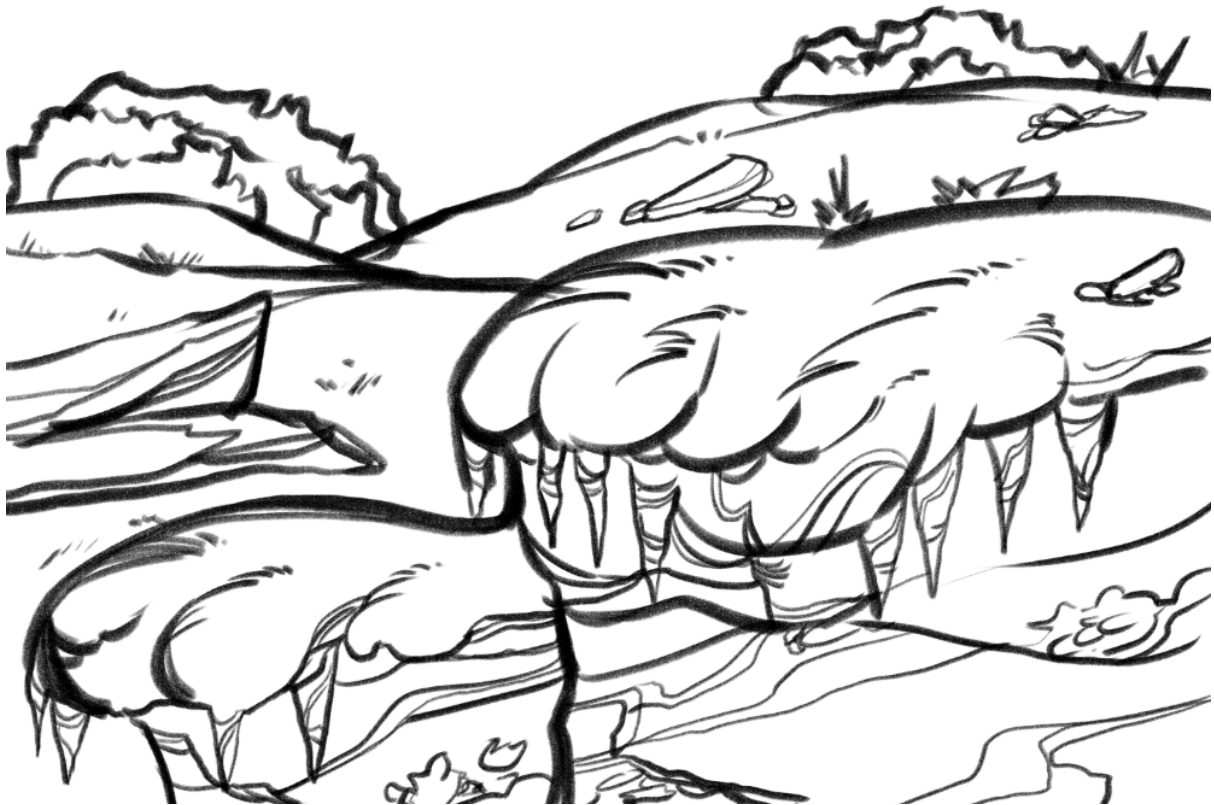


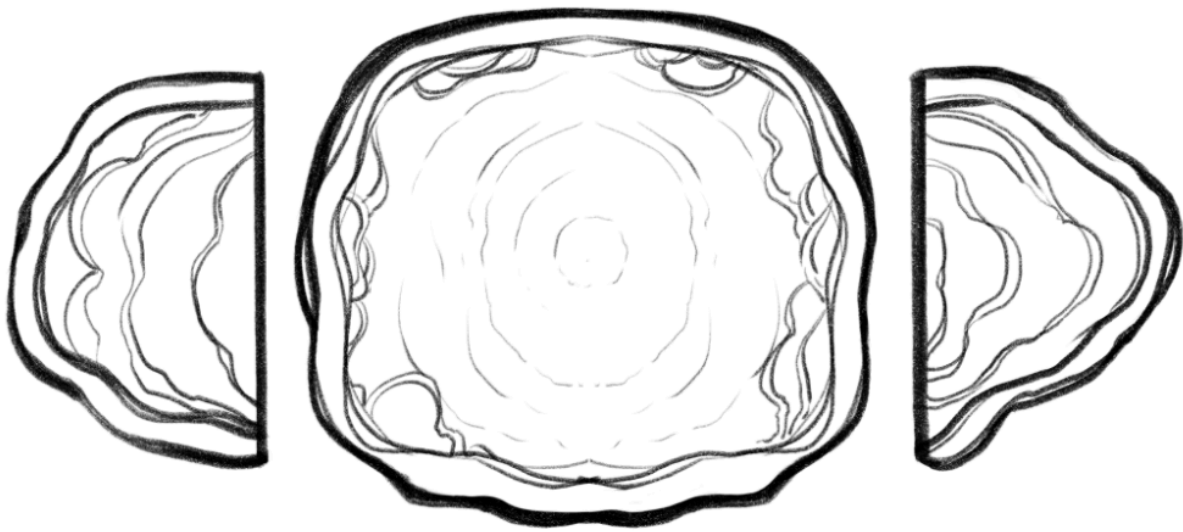








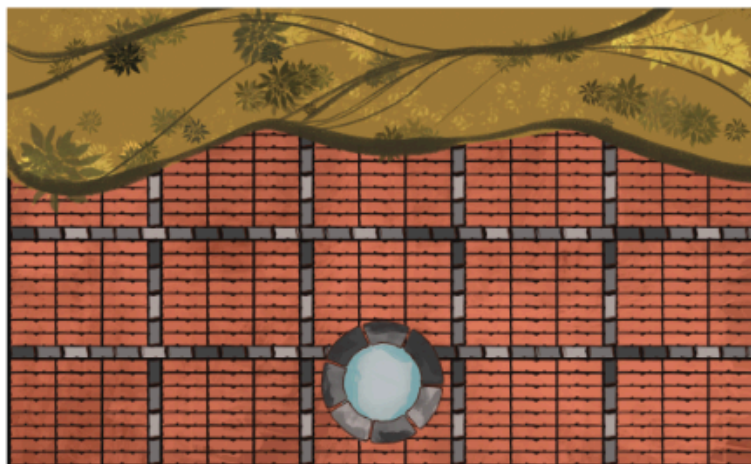
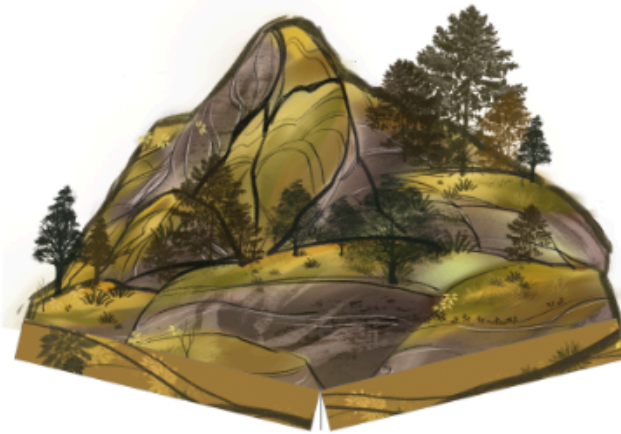




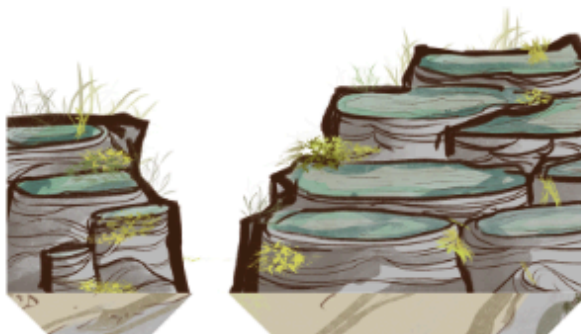
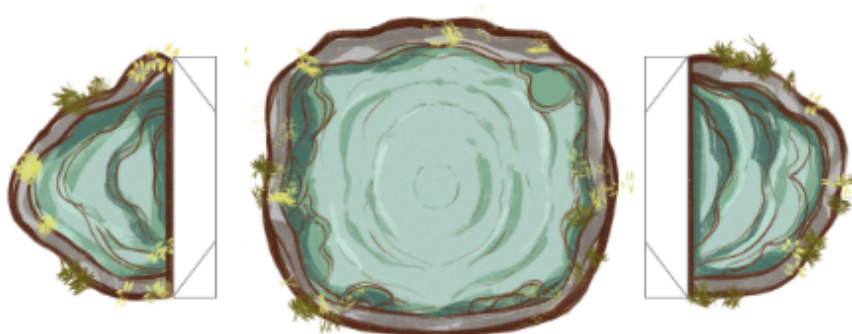
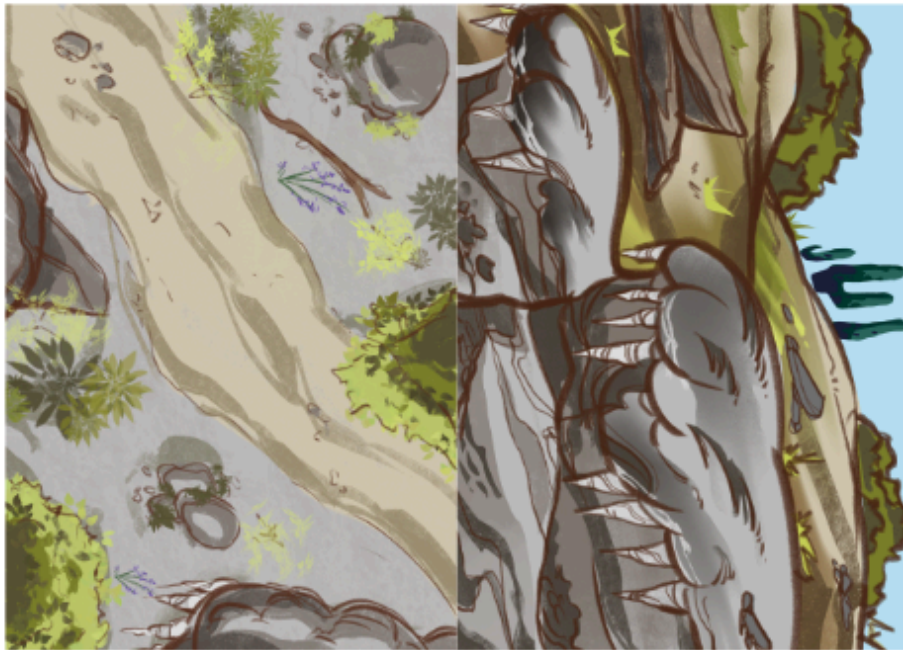


## Anexo E

### Ilustraciones















## Anexo F

## Láminas informativas



# JARDÍN BOTÁNICO DE NABÓN

Ingresa a un pequeño paraíso, donde mirarás aproximadamente 120 variedades de orquídeas y especies nativas de la zona. Este sitio se ubica a 500 metros del centro cantonal.

A medio kilómetro del parque central, en la Loma de La Cruz, se encuentra el Jardín Botánico-Orquideario, con más de 120 especies de orquídeas, provenientes de diversas regiones del país. El Orquideario tiene como objetivo proteger a las especies nativas, además de fomentar el turismo en el lugar.

El Orquideario Municipal del cantón Nabón entró en restauración luego de aproximadamente nueve años de funcionamiento. El lugar alberga a 120 especies de orquídeas en más de 200 plantas.

Su horario de atención es de  
Lunes a domingo de 08h00 a 16h00.

## Actividades



## Datos curiosos

- Este proyecto del Municipio de Nabón obtuvo el Premio Bronce en la feria Expo Municipal Guayaquil 2012, por considerarse una de las mejores propuestas de gestión turística a nivel nacional.

**Mapa turístico:**  
[https://maps.app.goo.gl/DNMXXyu5em9GCGdcA?g\\_st=ic](https://maps.app.goo.gl/DNMXXyu5em9GCGdcA?g_st=ic)



# MINAS DE SAL DE UDUZHAPA

Se encuentra situada a una hora del centro parroquial de Cochapata, dentro de la pequeña comunidad de Uluzhapa. Es una formación natural empleada desde los tiempos preincaicos, en el lugar se pueden encontrar materiales como: caliza, mármol y yeso. Según la historia, estas formaciones conectan con los vestigios arqueológicos de Dumapara.

En las afueras de este destino turístico, también existen pequeñas comunas de locales que venden cuyes y otros artesanos dedicados a la producción de tequila de penco.

Las minas de sal natural son un atractivo que tiene el cantón Nabón, en la provincia de Azuay, que han sido utilizadas desde tiempos preincaicos, y esto ahora es parte de la historia de esta región.

## Actividades

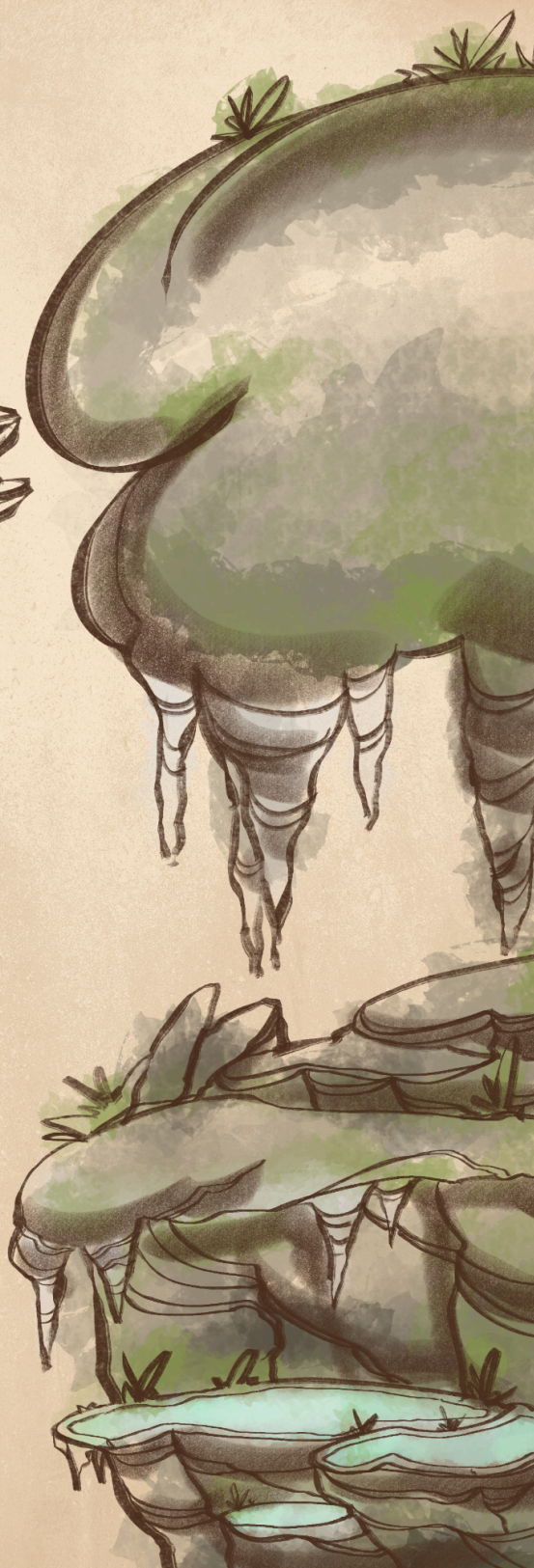


## Datos curiosos

- En este sector asimismo hay la posibilidad de conocer a la asociación de comuneros que crían cuyes para la venta. Otros en cambio se dedican a la elaboración de tequila de penco.

Mapa turístico:

[https://maps.app.goo.gl/DNMXXyu5em9GCGdcA?g\\_st=ic](https://maps.app.goo.gl/DNMXXyu5em9GCGdcA?g_st=ic)





# CUEVAS DE RARIK

Un descenso de tres kilómetros pone a prueba a quienes visitan la comunidad de Yanasacha, de la parroquia Cochapata, del cantón Nabón - Provincia del Azuay. A aquellos que quieren descubrir los "misterios" que hay dentro de las Cuevas Rarik, consideradas como su principal atractivo no sólo natural, sino también arqueológico.

A lo largo de una caminata en la que el ambiente cambia de andino a oriental, desde los cultivos de maíz hasta los de banana roja, se encuentran las cavernas de Rarik, una serie de formaciones rocosas que se ha vuelto una opción interesante para aquellos que desean vivir la experiencia mas aventurera. Consta de 4 cuevas grandes y algunas pequeñas en las que se puede apreciar el producto de miles de años de cambio en el subterráneo pétreo.

## Actividades

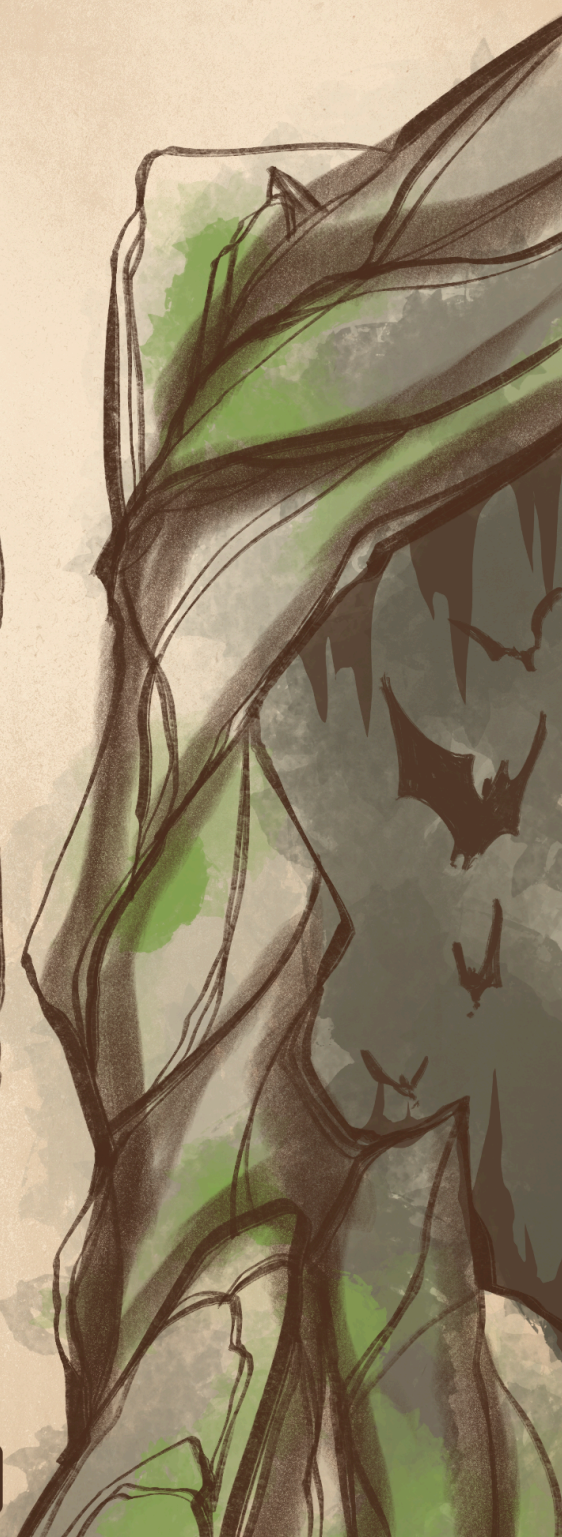


## Datos curiosos

- Según los lugareños, el lugar se utilizaba como cementerio debido al hallazgo de restos óseos humanos hace mucho tiempo aunque esto no se ha demostrado.

Mapa turístico:

[https://maps.app.goo.gl/DNMXXyu5em9GCGdcA?g\\_st=ic](https://maps.app.goo.gl/DNMXXyu5em9GCGdcA?g_st=ic)





# CENTRO HISTÓRICO DE NABÓN

Nabón está ubicado al sudeste de la provincia del Azuay. Una de sus características principales es la presencia de población indígena. El centro cantonal es declarado Patrimonio Cultural de la Nación por su arquitectura colonial, lo cual, al caminar por los portales de las casonas construidas en adobe y madera, nos lleva por un viaje de retroceso en el tiempo.

Según la creencia popular, Nabón significa “nabo grande”, debido a la abundancia de esta planta en la época en que este pueblo fue paso obligado de los incas y españoles. Nabón era uno de los centros de la cultura Tunchahuán. La tradición afirma que, posteriormente, llegaron siete indios cañaris quienes enseñaron su idioma, costumbres y religión. A la llegada de los incas, funcionó como lugar de relevo para los chasquis que pasaban desde Quito hacia el Cuzco.

## Actividades



## Datos curiosos

- En el centro cantonal se pueden apreciar alrededor de 142 inmuebles caracterizados por amplios patios centrales, techos de madera y colores que propician un pintoresco paisaje.

Mapa turístico:

[https://maps.app.goo.gl/DNMXXyu5em9GCGdcA?g\\_st=ic](https://maps.app.goo.gl/DNMXXyu5em9GCGdcA?g_st=ic)



## Anexo G

Producto terminado











